

جامعـــة اليرمـــوك
كـليـــة الإعـــــلام

اتجاهات الجمهور الداخلي بمديرية الأمن العام الأردنية نحو وظيفة العلاقات العامة وسبل تطويرها

(دراسة ميدانية)

"THE ATTITUDES OF THE INTERNAL PUBLIC SECURITY DIRECTORATE OF JORDAN TOWARDS THE FUNCTION OF PUBLIC RELATIONS AND WAYS OF DEVELOPING IT "

(Field study)

إعداد

نسرين "محمدعيد" ذيب الطاهات

إشراف الدكتور

عزام عنانزه

2013

اتجاهات الجمهور الداخلي بمديرية الأمن العام الأردنية نحو وظيفة العلاقات العامة وسبل تطويرها

(دراسة ميدانية)

قدمت هذه الرسالة إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام من جامعة اليرموك/ ٢٠١٣. وقد أشرف على مناقشتها ووافق عليها السادة الأعضاء التالية أسماؤهم :

١. الدكتور عزام العنانزة .... رئيساً ومشرفاً

رئيس قسم الصحافة ورئيس قسم الدراسات العليا في جامعة اليرموك .

٢. الدكتور محمود السماسيري .... عضواً مناقشاً

رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان في جامعة اليرموك .

٣. الدكتور ابراهيم الخصاونة .... عضواً مناقشاً

استاذ مساعد في جامعة البتراء .

أجيزت الأطروحة بتاريخ

٢٠١٣/٧/٤

الإهـداء

إلى من غمروني بحبهما ، إلى أغلى ما في الوجود ، وإلى من يعجز اللسان عن شكرهما ، وتغمرني الفرحة بوجودهما وحبهما ، وأتنفس القوة في الحياة من خلالهما

أبي وأمي _ أطال الله في عمرهما _

إليكما أهدي حصاد جهدي . . .

وإلى من كانوا معي دوما ومصدر قوتي وعزتي وفخري

إخوتي وأخواتي . . .

وإلى رفيق دربي و من دعمني في لحظات قوتي وضعفي

زوجي الغالي . .

والى من تسكن احشائي وتهمس في قلبي فترة حصاد جهدي

إبنتي العزيزة . . .

أهديكم هذا العمل المتواضع . . .

الشكر والتقدير

أشكر الله العلي القدير الذي أعانني على السير في إتمام هذه الرسالة . . .

وأتقدم بخالص الشكر والتقدير لمشرفي الدكتور الفاضل عزام العنانزة لإشرافه على هذه الرسالة ورقي تعامله وتوجيهاته القيمة .

كما أشكر الدكتور عادل صادق جزيل الشكر الذي لم يبخل في تقديم النصح والمعرفة العلمية .

ويطيب لي ان اتقدم كذلك بخالص الشكر والتقدير لأعضاء لجنة المناقشة الدكتور محمود السماسيري والدكتور إبراهيم الخصاونة على تفضلهما بقبول مناقشة هذه الرسالة وتصويبها .

الباحثة

نسرين "محمد عيد" طاهات

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
الفصل الثالث: نتائج الدراسة الميدانية	

فهرس الجداول

فهرس الأشكال البيانية

قائمة الملاحق

الملخص

اتجاهات الجمهور الداخلي بمديرية الأمن العام الأردنية نحو وظيفة العلاقات العامة وسبل تطويرها (دراسة ميدانية)

إعداد: نسرين "محمدعيد" ذيب الطاهات

إشراف الدكتور: عزام عنانزه

هدفت هذه الدراسة إلى رصد معرفة المبحوثين بإدارة العلاقات العامة داخل مديرية الأمن العام الأردنية، وتقييم ممارسي العلاقات العامة بها، والكشف عن الوسائل التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة داخل مديرية الأمن العام الأردنية للتواصل مع الجمهور الداخلي، والكشف عن الخدمة والأنشطة الاتصالية التي تقدمها العلاقات العامة داخل مديرية الأمن العام الأردنية، ورصد اتجاهات الجمهور الداخلي – محل الدراسة – نحو وظيفة العلاقات العامة في مديرية الأمن العام الأردنية، وحول طبيعة أداء ممارسي العلاقات العامة، ورصد اتجاهات الجمهور الداخلي نحو مدى فاعلية إدارة العلاقات العامة في مديرية الأمن العام الأردنية.

ولتحقيق تلك الأهداف قامت الباحثة باستخدام منهج المسح، بشقيه الوصفي والتحليلي، لعينة من ضباط وضباط الصف والأفراد في مديرية الأمن العام الأردنية بلغت (400) مفردة، وتم اختيار مفردات العينة بطريقة العينة الصدفية.

واعتمدت الباحثة على الاستبانة بوصفها أداة بحثية لجمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، واشتملت الاستبانة على عدد من الأسئلة التي استهدفت التعرف على اتجاهات الجمهور الداخلي بمديرية الأمن العام الأردنية نحو وظيفة العلاقات العامة وسبل تطويرها.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

1 – يرى غالبية أفراد الجمهور الداخلي – محل الدراسة – وجود أهمية لإدارة العلاقات العامة المتخصصة داخل مديرية الأمن العام.

2- جاء تقييم المبحوثين – محل الدراسة– متوسطاً لأداء ومهام ممارسي العلاقات العامة بمديرية الأمن العام.

3- قيام العلاقات العامة بالمؤتمرات والفعاليات والندوات بمستوى مقبول.

4- وجود درجة متوسطة في استخدام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام للوسائل الاتصالية وتكنولوجيا الاتصال في التعامل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف.

5- وجود مستوى متوسط في اتجاهات الجمهور الداخلي نحو طبيعة أداء وفعاليات إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام.

6- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مجال الدراسة (إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية) تبعاً لمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي)، حيث لم تصل قيمة (f) إلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.05).

7- توجد فروق ذات دلالة إحصائية على متغير الرتبة (ضابط)، في مجال الدراسة: إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية، لصالح الفئة (عقيد) بمتوسط حسابي (4.01)، حيث بلغت قيمة (f) (2.422) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.02).

Abstract

"THE ATTITUDES OF THE INTERNAL PUBLIC SECURITY DIRECTORATE OF JORDAN TOWARDS THE FUNCTION OF PUBLIC RELATIONS AND WAYS OF DEVELOPING IT "
(Field study)

Prepared by: Nisreen Tahat.

Supervised by: Dr. Azzam Ananzeh.

The target of this study is observing the knowledge of the general relations' researchers to reveal about the tools which the general relations management use it inside the Jordanian public security directorate to be continuous with the internal in tenders, and also to reveal the service and the connection activities which the general relations provide with it inside the Jordanian general security directorate, and observing the trends of the internal altenders (the subject of the study).

Towards the job of the general relations in the Jordanian general security directorate, and also about the performance of the practitioners of the general relations, and observing the trends of the internal altenders towards the limit of the general relations activity in the Jordanian public security directorate.

For achieving these targets the researcher used the researcher methods of survey with both of its kinds (descriptive, and analytic). The sample of the noncommissioned officers in the Jordanian public security directorate was (400 persons). The items of the sample has been chosen by the simple random method for the sample.

The researcher relied on the questionnaire in the capacity of being a researching tool for collecting information, which are related to the subject of the study. The questionnaire included numbers of questions, which

aimed at knowing the trends of the internal public in the Jordanian public security directorate towards the job of the public relations and the ways of developing it.

The study achieved many results, the most important results are:

1) The majority of the internal public (the subject of the study) believe that there's an importance for the specialized general relations in the public security directorate.
2) The evaluation of the researchers was moderate for the performance and tasks of the public relations in the public security directorate.
3) Performing public relations in the conferences and the seminars with an accepted level.
4) Availability of a moderate degree in using public relations management in the public security directorate for the technology and communication tools in dealing with the internal public of the noncommissioned officers.
5) Availability of a moderate level in the internal public trends about the nature of the performance of the public relations in the public security directorate.
6) There are no differences with a statistical sign from the sign level (0.05) in the field of the study (the management of the public relations in the public security directorate, and the limit of performing their connection acts) according to the variable (gender, age, educational level). The value of (F) hasn't reached to the statistical sign level (0.05).
7) There are no statistical differences for the officers in the study field: management of the public relation in the directorate and their communication performance for the benefits of colonel platoon with on average (4.01). the value of (F) reached about (2.422), which is a statistical value for the sign level (0.02).

الفصـل الأول

مشكلة الدراسة وأهميتها

مقدمة الدراسة

تُعد العلاقات العامة إدارة ونشاطاً معاً، حيث تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق التفاهم وتحسين العلاقات بين الناس، ورسم سياسة المؤسسة والمساهمة في تكوين الصورة الايجابية لها من خلال معرفة آراء الجمهور والتغيرات التي تطرأ عليها تجاه المؤسسة، وتفسير وفهم رغبات الجمهور، وإيصالها إلى الإدارة العليا لتعديل سياستها وقراراتها، محاولة تحقيق نوع من التوازن بين أهداف المؤسسة وأهداف الجمهور واحتياجاته، وغرس الثقة بين المؤسسة وجمهورها. (جرادات، عبدالناصر، الشامي، لبنان، 2009، 14-26) .

تقوم العلاقات العامة بدور فعّال في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية والخدمية والأمنية ،فهي قادرة على أن تغرس شعور الانتماء والولاء للوطن، وزيادة وعي الجمهور بأهمية دوره في المسيرة السياسية في بلده، وتهيئته للأحداث المتوقعة. هذا من الناحية السياسية والأمنية، أما من الناحية الاقتصادية ، فتقوم بوضع البرامج التي يمكن أن تحقق تنمية اقتصادية وتساهم في حلّ بعض المشكلات التي تواجهها، وإنعاش اقتصاد الوطن وتلبي حاجات المواطن، ومن الناحية الاجتماعية تعزز مبدأ المشاركة والإسهام في تغيير العادات السيئة،والتأكيد على ضرورة ممارسة العادات الحسنه وضرورة إيجاد القيم الروحية الصحيحة. (العلاق، 2009م ، 23-25)

وتسعى العلاقات العامة إلى تقديم صورة ايجابية للمؤسسة وتحقيق سمعة طيبة لها، وتعريف الجماهير ببرامج المؤسسة وأهدافها وسياساتها،و وضع السياسة التي تحقق مصالحها بشكل عام، وتحقق بالتالي مصالح الجمهور بشكل خاص، ونقل آرائه واتجاهاته نحو المؤسسة

وسياستها، وابلاغها بردود أفعال جماهيرها عليها، وتقديم الأفكار والخطط للإدارة العليا للمؤسسة، وبالمقابل الجمهور يتحكم بإستمرارية المؤسسة، من خلال تأييده لها وإحساسه بالولاء والانتماء لها لتستمر بنجاح وأمان. وعلى أساس ذلك فإن العلاقة هي علاقة ثقة متبادلة بين الطرفين. إذ ينبغي على إدارة العلاقات العامة تقديم الأخبار والمعلومات الصحيحة عن المؤسسة وإعتماد مبدأ المصارحة عند الحديث عن إمكانياتها وأهدافها، والبعد عن المخادعة والغش والتزييف، وإحترام رأي جمهورها الداخلي والخارجي (جودة، أحمد، 2007 م، 25-27).

وتقوم العلاقات العامة بدراسة جمهورها سواء داخليا ام خارجيا بأسلوب علمي، فتضع سياساتها، وتصدر قراراتها، بقيامها بوظائفها الأربعة الرئيسية وهي البحث، والتخطيط، والاتصال، والتقويم، والتي تعتمد جميعها على الجمهور بشكل عام، وعلى الجمهور الداخلي بشكل خاص (والذي يتمثل بالعاملين والموظفين داخل المؤسسة)، فالجمهور الداخلي يتأثر بسياسات المؤسسة وقراراتها وطريقة معاملتها له ومدى اهتمامها به كونه فرداً منتجاً يؤثر على العملية الإنتاجية للمؤسسة، وهنالك الكثير من الإدارات العليا في المؤسسات لا تهتم إلى احتياجات وآراء جماهيرها ولا تؤمن بأهمية الدور الذي تقوم به العلاقات العامة نحو المؤسسة ولا تتفهم الوظائف التي تقع على عاتق العلاقات العامة (فهد، ابراهيم، كنجو، كنجو، 2010م، 210-212).

وقد دخلت العلاقات العامة المجالات كافة ومنها المجال الأمني إذ يعد الأمن العام من الأجهزة الضرورية والأساسية في أي دوله، لما لها من دور فعال في تحقيق الأمن والنظام والعدالة في الدولة، وإن العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية تعد حلقة الوصل بين الجهاز الأمني والجمهور، إذ يعد الجهاز الأمني من الأجهزة الرئيسة في الدولة لتوفيره الأمن والطمأنينة، والتي من خلالها يتحقق الرقي والتقدم للدولة، وأن الأجهزة الأمنية بحاجة إلى الإهتمام بجماهيرها لتضمن الاستمرارية، فالجماهير لها تأثير كبير على استمرارية الأجهزة الأمنية ونجاحها في البلدان العربية

كافة بشكل عام، وفي المملكة الأردنية الهاشمية بشكل خاص، فالجمهور الداخلي هنا يؤدي دوراً مهماً في عكس الصورة الايجابية للأمن العام وفي تحقيق ما يسعى إليه جهاز الأمن العام من تأييد الجمهور وتغيير الصورة السلبية عن رجل الأمن العام، وايصال رسالة الأمن العام وأهدافه إلى الجمهور الخارجي (أحمد، عبد المحسن بدوي محمد، 2006م، 125-126).

وهنالك العديد من الطرق التي تتبعها العلاقات العامة للاتصال بجمهورها الداخلي منها النشرات الخاصة التي تصدرها المنظمة بشكل دوري، ومجلة المنظمة، والنشرات الجدارية، والإذاعة الداخلية، والحفلات، والندوات، والمؤتمرات والمعارض والزيارات والكتيبات والأحاديث والخطب العامة، وصندوق الشكاوي (جرادات، عبدالناصر. الشامي، لبنان، 2009، 121-134).

مشكلة الدراسة

يعد جهاز الأمن العام من الأجهزة الأساسية والضرورية في أي دولة ، لما له من دور فعال في الحفاظ على الأمن ونشر الطمأنينة وحماية المواطن، وهو من الأجهزة الحساسة التي تكتسب أهميتها من السمعه الطيبة والحسنه لدى جمهوره .إن الجمهور الداخلي هو أساس نجاحه، وذلك بترابطه وتماسكه وانتمائه لهذا الجهاز المهم. وكل ذلك يعتمد على اتجاهات الجمهور الداخلي نحو جهاز الأمن العام.

وتحاول هذه الدراسة التعرف على **اتجاهات الجمهور الداخلي بمديرية الأمن العام الأردنية نحو وظيفة العلاقات العامة.**

وينبثق عنها الأسئلة التالية:

1. ما وجهة نظر المبحوثين في أهمية وجود إدارة علاقات عامة متخصصة داخل مديرية الأمن العام؟

2. ما رؤية المبحوثين لنوعية العاملين بالعلاقات العامة داخل المديرية ، ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية؟

3. ما الوسائل التي يستعين بها ممارسو العلاقات العامة بمديرية الأمن العام في التواصل مع الجمهور الداخلي؟

4. ما تقييم المبحوثين لدرجة قيام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام بأدوارها الاتصالية واستخدامها الوسائل الاتصالية والتكنولوجية الحديثة فس التواصل مع الجمهور الداخلي؟

5.ما اتجاهات المبحوثين نحو الأدوار والوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام؟

6. ما المشاكل والصعوبات التي تحد من أداء وفعالية العلاقات العامة داخل مديرية الأمن العام، وذلك من وجهة نظر الجمهور محل الدراسة؟

7. ما وجهة نظر المبحوثين في كيفية تفعيل أداء إدارة العلاقات العامة داخل مديرية الأمن العام لتقوم بوظائفها وأدوارها بالشكل الأمثل؟

أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من خلال الآتي:

- تسعى هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات الجمهور نحو وظيفة العلاقات العامة بوجه عام، وتسعى غالى تقديم توصيات لإدارة العلاقات العامة في مديرية الأمن العام الأردنية في محاولة لتطوير أساليب عملها.
- تأمل الباحثة من خلال النتائج والتوصيات التي ستتمخض عنها الدراسة إلى مساعدة صنّاع القرار في مديرية الأمن العام الأردنية على اتخاذ قرارات علمية بناء في تطوير برامجها بصورة فعلية.

- رصد ردود فعل الجمهور الداخلي نحو وظيفة العلاقات العامة في الجهاز الأمني .
- تسعى الباحثة من خلال نتائج الدراسة إلى تقديم توصيات لإدارة العلاقات العامة لتحقيق انسجام وتكامل بين مطالب الجماهير وسياسات المنظمة.
- وتعد هذه الدراسة من الدراسات التي تتناول اتجاهات الجمهور الداخلي في مديرية الأمن العام الأردنية نحو وظيفة العلاقات العامة.

أهداف الدراسة

انطلاقا من التحديد السابق لمشكلة البحث وتساؤلاته فإن البحث يهدف إلى:

1. رصد معرفة المبحوثين بإدارة العلاقات العامة داخل مديرية الأمن العام الأردنية، وتقييم ممارسي العلاقات العامة بها.
2. الكشف عن الوسائل التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة داخل مديرية الأمن العام الأردنية للتواصل مع الجمهور الداخلي.
3. الكشف عن الخدمة والأنشطة الاتصالية التي تقدمها العلاقات العامة داخل مديرية الأمن العام الأردنية .
4. رصد اتجاهات الجمهور الداخلي – محل الدراسة – نحو وظيفة العلاقات العامة في مديرية الأمن العام الأردنية، وحول طبيعة أداء ممارسي العلاقات العامة.
5. رصد اتجاهات الجمهور الداخلي نحو مدى فاعلية إدارة العلاقات العامة في مديرية الأمن العام الأردنية.

فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية المبحوثين لنوعية العاملين بإدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية، تعزى للمتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الرتبة).

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم المبحوثين لدرجة قيام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام بأدوارها الاتصالية واستخدامها الوسائل الاتصالية والتكنولوجية الحديثة في التواصل مع الجمهور الداخلي، تعزى للمتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الرتبة).

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو طبيعة الأدوار والوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة داخل مديرية الأمن العام، تعزى للمتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الرتبة).

وسيستخدم الباحث اختبارات وتحليل التباين الأحادى مع اختبار شيفيه للفروق البعدية في حال وجود فروق إحصائية.

الفصل الثاني

الاطار النظري

المحور الأول: نموذج الدراسة

نماذج "جرونج" الأربعة لممارسة العلاقات العامة

النماذج المفسرة لطبيعة العلاقات العامة في المنظمات:

نموذج جرونج:

تتعدد النماذج المستخدمة في ممارسة العلاقات العامة وهذا يتبع لطبيعة المنظمة والبيئة التي تحيط بها وما تتطلبه الظروف المحيطة والموقف الذي تواجهه المنظمة، وأن العلاقات العامة الحديثة تعتمد على الأسلوب العلمي القائم على أسس علمية وليس القائم على الأسلوب العشوائي الذي لا يحتوي على عنصر التخطيط والتنظيم، فجاءت هذه النماذج لتعم عمل العلاقات العامة وتحقق الفاعلية في الأداء "ويعرّف العدوي النموذج بأنه ذلك الشكل الذي يحمل أخص الصفات والتي تحاول تنظيم الحقائق الخاصة بالمجتمع عن طريق استخدام النماذج التطويرية أو العضوية أو الرياضية وقد يكون النموذج مبسطاً للغاية وقد يكون معقداً، وتتحقق قيمة النموذج وفقاً لمدى منفعته للدراسة وإسهامه في وضع النظريات والتفسيرات والتنبؤات العلمية" (العدوي، 2011، ص88-89).

ولأهمية النماذج في نجاح المنظمة وفعالية نشاطها ونشاط العلاقات العامة فيها، فقد تم وضع أربعة نماذج توضح طبيعة العلاقات العامة في المنظمات المختلفة وهذه النماذج توضح

مفهوم وطبيعة الاتصال داخل المنظمات ووضعت هذه النماذج من قبل جيمس جرونج، وهو أحد الباحثين في العلاقات العامة وقد أورد جرونج نماذج وهي:

1. نماذج جرونج.
2. نموذج بيرسون.

وسأتناول في أطروحتي إحدى نماذج جرونج الأربعة وهي:

أ. نموذج الوكالة الصحفية

فيعّرف العدوي هذا النموذج على أنه أقدم أشكال الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة وهو الاتصال الهابط، فالمعلومات وفق هذا النموذج تنساب في اتجاه واحد من الإدارة العليا إلى العاملين، ومن المؤسسة إلى الجماهير الخارجية، ويعتمد العاملون في العلاقات العامة هنا على النشر بوصفه نشاطاً اتصالياً في توصيل رسائلهم إلى الجمهور ويتجاهلون رد فعل الجمهور" (العدوي، 2011، ص90).

وتقوم فكرة هذا النموذج على أن أي دعاية هي دعاية جيدة وليس هناك جماهير محددة ولا أهداف يتم تحديدها من قبل قسم العلاقات العامة.

ويشير الباحثون أن الهدف كان "هو تحقيق الشهرة لمنظمة الإعمال ومنتجاتها وخدماتها وذلك من خلال النشر". ومن مميزاته:

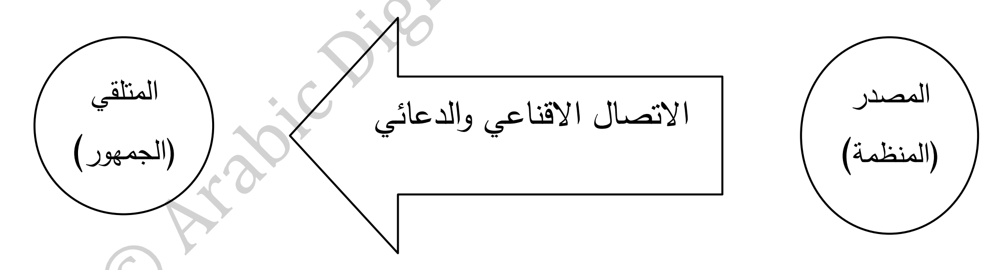
1. أنه غالبا لا يقدم الحقيقة كاملة لوسائل الإعلام لنشرها على الجماهير، رغم أن الذين يتبعون هذا النموذج من ممارسي العلاقات العامة حالياً يميلون إلى تجنب الكذب والتضليل بالقدر الذي كان عليه الوضع أواخر القرن التاسع عشر.
2. الاتصال فيه أحادي الاتجاه من منظمة الأعمال للجمهور (نموذج الاتصال يتكون من مرسل ورسالة ووسيلة ومستقبل دون رجع الصدى).

3. ولا يستخدم وظيفة البحث العلمي أيا كان نوعه (مع أنه يستخدم الملاحظة غير المقننة أو العادية أو بعض أنواع البحوث العرضية للتأكد أن وسائل الإعلام نشرت أو تبث مواد النشر التي جرى إعدادها". (الجوهر، ص262).

"كما لا يتم إجراء أي تقييم للأنشطة التي يتم تنفيذها ولعل حملة الترويج التي قام بها (P.T. Barnum) للدعاية للسيرك الذي يملكه تمثل واحدة من أقدم الأمثلة على هذا النموذج).

وتشير الباحثة أن هذا النموذج يعتبر المرحلة التاريخية ونقطة البداية لممارسة العلاقات العامة ويتبع الاتجاه الواحد من الإدارة العليا، دون الأخذ بعين الاعتبار لرد فعل الجمهور ورأيه، ويهدف هذا النموذج إلى إيجاد الشهرة ويهتم باسم المنظمة ويتبع أيضاً الخداع والتضليل في كثير من الأحيان مما يفقده ميزة المصداقية غير أنه لا يتبع المنهج العلمي الذي يضمن نجاح عمل المنظمة.

الشكل رقم (1) يوضح نموذج الوكالة الصحفية:



Denis Mc Quail , and sven Windahl , Communication Model for the study of Mass Communications , (New York: Longman , 1993)

ب. نموذج الإعلام العام

يركز هذا النموذج على بث كمية كبيرة من المعلومات على الجمهور، وكما يوضح العدوي بأنه يقدم المعلومات للجمهور، "ولكن ليس بغرض الترويج لسلعة أو خدمة، وهذا ما يجعله مختلفًا عن نموذج النشر، ولكن يظل الاتصال في هذا الجانب في اتجاه واحد من المنظمة إلى الجمهور، ووفقا لهذا النموذج تكون العلاقات العامة مكتبا للاستعلامات" (العدوي، 2011، ص90).

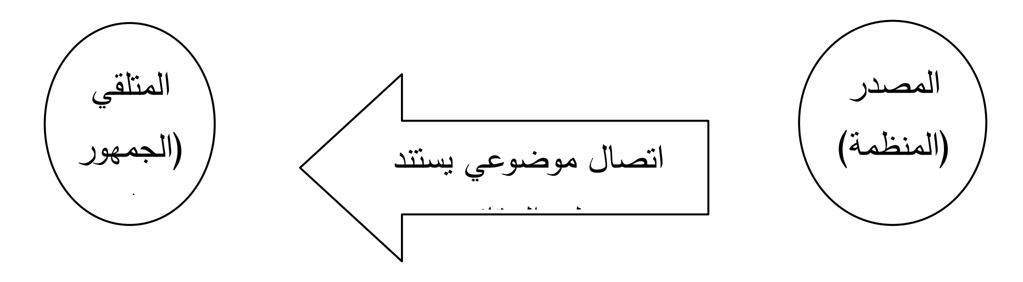
"يهدف إلى تدفق وانسياب الأخبار إلى وسائل الإعلام لنشرها بشكل صادق ودقيق على نطاق واسع حيث يهدف إلى تنوير الجماهير من خلال إمدادها بالمعلومات عن المنظمة، ورغم أن هذه المعلومات صادقة ودقيقة إلا أنها ايجابية تصب في مصلحة المنظمة" (سعدان، 2009).

ويضيف باحثون آخرون أن في هذا النموذج يتم الحرص فيه على الدقة والموضوعية في المعلومات والأخبار، "ولا يعتمد هذا النموذج على الدراسات والأبحاث ولا على التخطيط الاستراتيجي وبحوث القراء أو التعرض للمواد المكتوبة من أجل التأكد من تعرض الجمهور المستهدف للمواد التي أعدتها العلاقات العامة، ويستعمل كثير من طرف المنظمات الحكومية والجمعيات والمؤسسات التجارية يهدف إلى تغيير سلوك وتصرفات الجماهير وتقديم صورة ايجابية وجيدة عن المنظمة، لكنه لا يهدف إلى تغيير وتصحيح سلوكياتها وتصرفاتها".

يتميز هذا النموذج عن نموذج الوكالة الصحفية أنه لا يهدف إلى الترويج لسلعة أو خدمة، ويكون الاتصال فيه في اتجاه واحد إلا أنه يحرص على تقديم المعلومات الصحيحة للجمهور، ويركز على تزويد الجمهور بالمعلومات مهما كان حجمها.

ويشير الباحثون أن البحوث في هذا النموذج تنحصر على البحوث القرائية وبحوث التعرض، والهدف الأساسي هو الإعلام العام. إن الهدف النهائي هو تحسين سمعة المنظمة لدى جماهيرها الداخلية والخارجية.

الشكل رقم (2) يوضح نموذج الاعلام العام:



ج. النموذج غير المتوازن

يشير الباحثون إلى انه "بدأ استخدامه في العشرينيات من القرن الماضي، يعتمد على الإقناع العلمي ونتائج الدراسات والأبحاث في انجاز مهامه، وإقناع جماهير المنظمة للتصرف وتبني سلوكيات تتفق وأهدافها كما يستعمل الاتصال في اتجاهين من المصدر إلى المستقبل ،ومن المستقبل إلى المصدر".

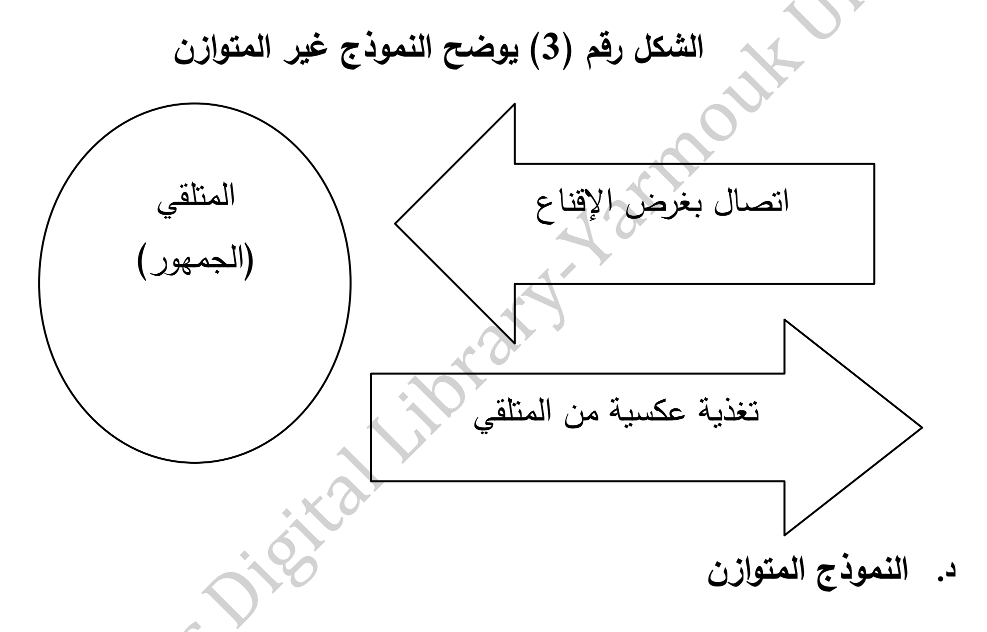
"ويوصف هذا النموذج بأنه محاولة الإقناع العلمي حيث يقوم ممارسو العلاقات العامة باستخدام أبحاث العلوم الاجتماعية لقياس مواقف الجماهير بحيث تستطيع المنظمة تحديد النقاط التي يمكن استغلالها لإقناع الجمهور المستهدف بقبول وجهة نظرها ومعرفة أكثر الأساليب فاعلية في حث هذه الجماهير على إتباع السلوك الذي يتناسب مع مصالحها".

ويرى الباحثون أن "عملية الاتصال في هذا النموذج غير متوازنة، حيث تحاول العلاقات العامة التأثير على الجمهور وإقناعه لمصلحة المنظمة، دون أن تحاول هي تعديل سياساتها وبرامجها استجابة لآراء ورغبات الجماهير، ولكي تحقق العلاقات العامة هذا الهدف فإنها تقوم بإعداد خططها وبرامجها بشكل دقيق معتمده على أسس علمية، كما تستخدم البحث التقييمي الذي يهدف إلى قياس تأثير وجهود برامج العلاقات العامة في اتجاهات الجماهير وسلوكها" (العدوي، 2011: ص 91).

ويتفق باحثون آخرون على أن هذا النموذج يعتمد المنهج العلمي بالدرجة الأولى للتعرف على اتجاهات وأراء وحاجات الجمهور ليتبنى الجمهور سلوكيات تتفق مع أهداف المؤسسة ويوضح الجوهر أن "هذا الاتصال غالبا ما يكون غير متكافئ ولا يأخذ بعين الاعتبار آراء واتجاهات الجماهير، تنطلق المنظمة التي يعتمد عليها هذا النموذج من فكرة أن الأزمات والمشاكل مصدرها الجمهور، وبهذا يكمن الخطأ في الجمهور وليس في المؤسسة، لكنه غالبا ما يفشل في تحقيق

أهداف المنظمة نظراً لاقتناعه بان المنظمة دائما على صواب والجمهور على خطأ ويطبق هذا النموذج في الشركات التجارية، "ويمارس هذا النموذج من قبل معظم المنظمات الإنتاجية التي تسعى برامج العلاقات العامة لديها إلى إحداث تغيير في مواقف الجماهير على الأجل القصير، كما يمارس في منظمات الأعمال التي تواجه منافسة قوية ووكالات العلاقات العامة" (سعدان، 2009).

الشكل رقم (3) يوضح النموذج غير المتوازن



د. النموذج المتوازن

النموذج المتوازن أو النموذج المتناسق باتجاهين كما يطلق عليه الباحث الدليمي المسمى الثاني، ويرى الدليمي أنه وفقا لهذا النموذج تهدف العلاقات العامة إلى تحقيق التفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها والاتصال فيه يتم في اتجاهين متوازنين، فالعلاقات العامة تهتم بإقناع الجمهور والتأثير فيه، وللجمهور قوة تأثير توازي قوة تأثير المنظمة، فيؤثر على إدارة المنظمة لتعديل سياساتها وقراراتها وخططها تلبية لرغباتها واتجاهاتها،ويستخدم هذا النموذج البحث التكويني والبحث التقييمي (الدليمي،2011، ص 170).

"ورغم أن الافتراضات الأساسية لهذا النموذج قد جرى التعرف عليها في أدبيات ممارسي العلاقات العامة القدامى مثل (Ivy lee and Edward Bernays) والتي دعت إلى "قول الصدق

وإيجاد نوع من التفاهم بين العميل والمنظمة، إلا أن الاهتمام الحقيقي بهذا النموذج قد تم على أيدي ممارسي وباحثي العلاقات العامة الذين قاموا بتطوير افتراضاته من خلال الدراسات والبرامج البحثية المكثفة".

ويضيف باحثون آخرون أن هذا النموذج "يركز على بناء العلاقات الإستراتيجية مع الجماهير تعتمد على الفهم المتبادل والاتصال الفعّال في اتجاهين متوازيين بدلاً من الاعتماد على الإقناع في اتجاه واحد.

ويمثل هذا النموذج تطوراً للنموذج الغير متوازن، فهو لا يتوقف على سعي المنظمة إلى جعل الجماهير تتكيف معها ولكن يذهب إلى أن المنظمة نفسها يجب أن تتكيف مع البيئة الخارجية، بما فيها الجماهير الفاعلة تجاه هذه المنظمة" (العدوي، 2011، ص92).

ويرى باحثون آخرون أن هذا النموذج يمثل "المرحلة التاريخية الأحدث للعلاقات العامة، وقد بدأ استخدامه في الستينيات، وأن هذا النموذج من النماذج المتكاملة للعلاقات العامة وأحسنها نظرا لاعتماده على الاتصال المتبادل والمتكافئ مع الجماهير الإستراتيجية للمؤسسة،كذلك اعتمادها على التفاوض والمساومة في حل مشاكل المنظمة وتحسين أدائها (الجوهر، 262).

"وقد تم تعريف عملية الاتصال بأنها عملية التكيف الأخلاقي بين المنظمة وجماهيرها المختلفة". "وتؤدي البحوث دوراً هاماً في هذا النموذج حيث تسعى إلى تطوير العلاقة بين المنظمة وجماهيرها وتسهيل التفاهم والاتصال بينهما، كما تحاول إيجاد حوار مفتوح وأمين يسهم في الوصول إلى حلول وسط تنهي أي صراع بين المنظمة وجمهورها، الأمر الذي يؤدي إلى احتمال وجود تأثير متبادل يدفع المنظمة أو الجمهور إلى تعديل مواقفهم وسلوكياتهم بناء على هذا الاتصال التفاعلي والحوار المفتوح".

"وعندما يتم الحديث عن البحوث في النموذج المتوازن، فإن المقصود بها هو بحوث ونظريات العلوم الاجتماعية ونظريات الاتصال بالذات بدلا من نظريات الإقناع التي يهتم بها ممارسو النموذج اللامتوازن ثنائي الاتجاه، والاتصال في هذا النموذج يشبه المحاورة أو المحادثة فالاتصال متوازن بين طرفي العلاقة الاتصالية وبناء عليه فإن العملية الاتصالية تعمل في الاتجاهين بالقوة نفسها فكما تهتم المنظمة بإقناع الجماهير والتأثير فيها فإن الجمهور يؤثر في المنظمة وإدارتها لتقوم بالتعديل في سياستها وفي قراراتها تلبية لرغباته واتجاهاته" (عبدالرحمن حمود العناد، 1996).

ويتضح مما سبق أن نموذج الوكالة الصحفية هو أقدم النماذج، وأن نموذج المتوازن هو أحدثها وأن جميع الباحثين يتفقون على أن أفضل هذه النماذج هو النموذج المتوازن، لأنه يحاول ان يحقق أهداف المنظمة انطلاقا من الاعتماد على رأي الجمهور والبحوث والدراسات الميدانية، ويحقق التوازن بين مصالح المنظمة ومصالح الجمهور ويهتم برأي الجمهور ورغباته ويأخذها بعين الاعتبار من أجل رفع أداء عمل المؤسسة وتحسين وضعها وتغيير سياساتها بما يتوافق مع مصلحتها ومصلحة جمهورها وحل المشاكل التي تعترضها بطريقة مستمرة ودائمة.

إن عملية الاتصال في نموذج الوكالة الصحفية والإعلام العام أحادي الاتجاه من المنظمة إلى الجمهور ويختلف نموذج الوكالة الصحفية عدم التزامه بنشر الأخبار الدقيقة عن نموذج الإعلام العام، أما النموذج غير متوازن ففيه الاتصال من المنظمة إلى الجمهور والعكس ولكن الهدف تغيير سلوك الجماهير بما يتلاءم مع مصلحة المؤسسة ولا تسعى إلى تغيير في سياساتها بناء على آراء ورغبات وحاجات الجمهور.

إن اختيار النموذج المناسب وفقا لطبيعة عمل المؤسسة ونوعية جمهورها وللأهداف المخطط تنفيذها، وإن وجود نموذج في كل منظمة يحسن من أدائها ومعرفتها بحاجات ورغبات جمهورها وتحقيق النجاح لها، والاتصال السريع والفعال بجمهورها.

الشكل رقم (4) يوضح النموذج الاتصالي الخاص بالنموذج المتوازن:



الشكل رقم (5) يوضح علاقة نموذج الوكالة الصحفية بنموذج المعلومات العامة ونموذج الاتجاهين غير المتوازيين ونموذج الاتجاهين المتوازيين

النموذج / الخصائص	(1) نموذج الوكالة الصحفية	(2) نموذج المعلومات العامة	(3) نموذج الاتجاهين غير المتوازيين	(4) نموذج الاتجاهين المتوازنين
الهدف	الدعاية	نشر المعرفة	الإقناع العلمي	الفهم المتبادل
طبيعة الاتصال	في اتجاه واحد: نشر الحقيقة غير أساسي	في اتجاه واحد: الالتزام بالحقيقة أمر أساسي	في اتجاهين: التأثير غير متوازن	في اتجاهين: التأثير متوازن
نموذج الاتصال	المرسل ___ المستقبل	المرسل ____ المستقبل	مصدر ____مستقبل تغذية راجعة	مجموعة ___ مجموع
طبيعة البحوث	بحوث قليلة	قليلة وجود قراءات متناثرة	بحوث تكوينية وتقيميه للاتجاه	بحوث تكوينية وتقيميه للتفاهم
الشخصيات التاريخية المؤثرة	ب.ت. بارنوم P.T.Barnum	ايفي لي Ivy lee	ادوارد بيرنز Edward L- Bernays	بيرنز(Bernays) وأكاديميون وقادة، ومهنيون
مجالات ممارسة النموذج	الرياضة، والمسرح، وترويج المنتجات	الحكومة، والمنظمات غير الحكومية، ودوائر الأعمال	منظمة الأعمال المتنافسة، منظمات العلاقات العامة	المنظمات الأعمال الملتزمة المنضبطة، منظمات العلاقات العامة
تقدير نسبة استخدام المنظمات للنموذج	%15	%50	%20	%15

(درة، والمجالي، 2010،40)

المحور الثاني: وظائف وأهداف وطبيعة العلاقات العامة

أولا: وظائف العلاقات العامة

إن للعلاقات دوراً مهماً وفعّالاً في المؤسسة، وتسعى كل دائرة علاقات عامة في المؤسسة لتحقيق أهدافها وتتعدد أهدافها في كل إدارة.

ويرى الممارسون أن للعلاقات العامة أهدافاً ونتائج إيجابية تعكسها على الإدارة وهي (جرادات، 2011، ص 32):

1. زيادة شهرة المؤسسة عن طريق إنماء فهم الجمهور وتنويره لما تقوم به من خدمات ونشاط.
2. بناء سمعة طيبة لأنشطة المؤسسة بين الجمهور الذي يتعامل مع المؤسسة.
3. خلق فهم واع نحو المشاكل والصعوبات التي تواجه الإدارة".

فيما يركز الباحثون على وجود أربعة أهداف أساسية للعلاقات العامة هي (الصرايرة، 2001، ص18):

1. بناء سمعة طيبة للمؤسسة داخل محيطها الداخلي والخارجي.
2. المحافظة على حالة من الثقة والرضا بالمؤسسة لدى الجماهير.
3. تكوين صبوة ذهنية إيجابية عن المؤسسة لدى الجماهير.
4. تشكيل حالة من التوافق المصلحي بين المؤسسة وجماهيرها.

ويذكر الباحثون أن أهم الأهداف للعلاقات العامة تتمثل بـ (غوشة، 1984، ص1):

1. بناء اسم وسمعة وشهرة طيبة للمنشأة عند الجماهير التي تتعامل مع المنشأة.
2. ضمان توظيف أفضل العناصر البشرية في المنشأة وذلك لسعي أكبر الكفاءات من أجل الالتحاق بالمنشأة إذا ما اشتهرت تلك المنشأة بسمعة جيدة.

3. مساعدة إدارة البيع على زيادة مبيعات المنشأة أو تحسين خدماتها للجمهور ودعم سمعتها.
4. الحصول على رضا المجتمع واعتراف الرأي العام وكسب تأييده ومحاولة جعل جمهور المنشأة متفهماً لخططها وسياساتها وخلق الانطباع المناسب والجيد عن المنشأة لدى ذلك الجمهور.
5. استخدام الأساليب العلمية المتطورة في مجال العلاقات العامة وتطبيقها.

ويحدد آخرون أهداف رئيسة للعلاقات العامة وهذه الأهداف (الدليمي، 2011، ص1):

أ. تأسيس هوية للمؤسسة.

ب. تطوير إنتاج المؤسسة.

ج. معالجة الأزمات التي قد تطرأ على المؤسسة (الداخلية والخارجية).

د. تحقيق القبول الاجتماعي للمؤسسة (أي قبولها كفكرة وما تقدمه من خدمات).

ه. تحقيق سمعة طيبة بعد قبولها كفكرة إقناع بأنها أفضل من يقدم الخدمات أو أفضل من يقدمها.

و. الوصول للجمهور المعني وتحقيق التواصل المطلوب معه.

وتلحظ الباحثة أنَّ جميع الأهداف التي تعدد ذُكرها تجتمع جميعها على أن الهدف الأساسي والرئيسي للعلاقات العامة، هو بناء سمعة طيبة للمؤسسة وتحقيق الرضا من قبل الجمهور وكسب ثقته وتأييده من خلال الخدمات التي تقدمها للجمهور، فعلى المؤسسة أن تقوم بجهود مستمرة، وتحديد الوسائل التي ستستخدمها للوصول إلى الجمهور.

وتحرص على الصدق في التعامل مع جمهورها ومتابعة الشكاوى والاقتراحات المقدمة من جمهورها والسعي إلى تنمية جمهورها وإشاعة الشعور لدى الجمهور بالمسؤولية إزاء المؤسسة وأنَّ نجاح المؤسسة هو عمل متكامل بين إدارة العلاقات العامة والجمهور.

وللوصول إلى الأهداف يجب أن يتم تحديد الوظائف التي ستمارسها العلاقات العامة فيبين الباحثون أن هنالك خمس وظائف أساسية للعلاقات العامة وهي (بدوي، 2001، ص50-51):

1. **البحث:** ويقصد به الدراسات الخاصة بقياس اتجاهات الرأي العام لجماهير الهيئة أو المؤسسة، الجماهير الداخلية والخارجية، ودراسة الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية المؤثرة على المؤسسة.
2. **التخطيط:** ويقصد به رسم خطة دقيقة للعلاقات العامة تتفق مع الخطة العامة للمؤسسة ولا يتعارض معها.
3. **التنسيق:** ويقصد به اشتراك العلاقات العامة مع الإدارات حتى لا يحدث تفكك، وحتى لتحقيق التفاهم بين الإدارات.
4. **الإدارة:** وهي إحدى العلاقات العامة حيث يقوم بتقديم الخدمات لسائر الإدارات الأخرى بالمؤسسة أو الهيئة ومساعدتها على أداء وظائفها المتصلة بالجماهير.
5. **الإنتاج:** ويتصل بالإنتاج عدد كبير من الأعمال الهامة المتعلقة بالإعلام والنشر".

فيما يحدد الباحثون خمس وظائف أخرى للعلاقات العامة يشتركون مع باحثين آخرين في بعضها ويختلفون في بعضها حيث يحددها الباحثين في (الدليمي، 2004، ص 42-45):

1. **البحث:** إن البحث هو استقاء منظم يهدف إلى إضافة معارف يمكن توصيلها والتحقق من صحتها عن طريق الاختبار العلمي.
2. **التخطيط:** وهي الوظيفة الأخرى من وظائف العلاقات العامة فهو النشاط العقلي الإرادي الذي يوجه لاختيار أمثل استخدام لمجموعة الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة في فترة محددة وأن أهم مراحل التخطيط في العلاقات العامة هي المرحلة المتمثلة في دراسة اتجاهات الجمهور، وبالتالي يساعد هذا على التنبؤ بالرغبات والاحتياجات المختلفة.

3. **الاتصال:** الاتصال وسيلة لتنفيذ الخطة وهذا يتطلب ابتكار الإدارة وسائل نقل الخطة للواقع والاتصال هو العملية التي يتم من خلالها نقل المعلومات وقد تكون رسالة شفهية أو مكتوبة أو صورة أو حتى إشارة.
4. **التنسيق:** تعتبر وظيفة التنسيق من العناصر المهمة في العلاقات العامة حيث يتم التنسيق بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى داخل المؤسسة ولابد من التنسيق المستمر مع هيئات المجتمع المحلي والهيئات التي تماثلها والمراكز الإعلامية.
5. **التقويم:** والتقويم يمثل المحطة النهائية في آلية عمل العلاقات العامة كما أن هناك علاقة بين هذه المرحلة والمراحل السابقة الأخرى، وكذلك فهي تمثل عملية التحرير العلمي عن الأخطاء وأسباب القصور في البرامج المختلفة لذلك فيها في الخطط المستقبلية.

وهناك ثلاثة أنواع من عمليات التقويم:

1. التقويم (السابق) على التنفيذ.
2. التقويم (المتزامن) مع التنفيذ.
3. التقويم (اللاحق) للتنفيذ.

ومن هذه التعريفات يمكن استخلاص وظائف العلاقات العامة وهي:

1. أن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية تقوم على التنظيم وتحديد المسؤوليات وهي تقوم على نقل الخبر الصادق.
2. أنها وظيفة تقوم على أساس علمي ومنهج علمي لدراسة آراء جمهورها والعمل على تغير سياساتها بما يتناسب معهم، وأنها وظيفة تقوم على التخطيط القائم على نشاط عقلاني.
3. أنها وظيفة اتصالية تستهدف بناء جسور من الترابط والتفاهم المتبادل المشترك بين المؤسسة وجمهورها.

4. أنها مصدر من مصادر المعلومات التي من خلالها تزود المؤسسة بالتغذية الراجعة حول اتجاهات ورأي وردود فعل جمهورها ومن خلالها يتم وضع الميزان الذي يزن ويساوي بين مصالح المؤسسة ومصالح جمهورها.
5. أنها وظيفة بحثية قائمة على الدراسات والبحوث الاتصالية من أجل استنتاج واستخلاص انطباعات وآراء الجمهور.
6. أنها ممارسة فعلية وتنفيذية لخطط المؤسسة والوظيفة التنسيقية بين إدارات المؤسسة محققه توازن داخل المؤسسة وخارجها.
7. هي وظيفة تقويمية قائمة على التأكد من أن أهداف وخطط المؤسسة تقوم بنجاح وأنها تحقق الاستمرارية والتفاعل مع الجمهور أم أنها فاشلة.
8. هي الوظيفة الوقائية التي توم على تفادي المشكلات في المستقبل والعمل على علاجها.

إلا أنَّ هنالك وظائف أخرى حيث قسم الباحثون هذه الوظائف على مستوى المنظمة وعلى مستوى الجمهور.

فيميز باحثون آخرون بين نوعين من الوظائف تبعاً للمجال الذي تمارس فيه والهدف الذي نسعى إليه هما:

1. وظائف على المستوى القومي وعلى مستوى المنظمة

"فالوظيفة على الصعيد القومي فيه تسهيل مهام دوائر الحكومة في نقل وتأمين ما تتخذه من إجراءات لصالح الجمهور، ومحاولة إيجاد نوع من التعاون بين المواطنين وهذه الدوائر (فهد وكنجو، 2010، ص183).

أما الوظائف على مستوى المنظمة:

"يمكن تقسيم وظائف العلاقات العامة إلى قسمين هما:

1. الوظائف الأساسية والجوهرية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بشكل مستقل وتكون مسؤولة عنها أمام الإدارة العليا ومنها:

أ. دراسة وتحلل آراء المواطنين وتقديم التقارير والمقترحات والتوصيات إلى الإدارة العليا كي يهتدي بها عند رسم السياسة العامة للمنظمة.

ب. نقل وجهات نظر المنظمة إلى الجماهير والتأثير على نشاطهم بواسطة وسائل الإعلام المختلفة.

2. وظائف أخرى تشترك بها إدارة العلاقات العامة مع الإدارات الأخرى في المنظمة أم المنظمة الواحدة (فهد وكنجو،2010، ص 184)

هناك رأي آخر أن هنالك وظائف بالنسبة للجماهير النوعية وبالنسبة للمؤسسة كوحدة وبالنسبة لإدارة المؤسسة.

فيضع باحثون وظائف بالنسبة للجماهير النوعية وتشمل (بدوي، 2001، ص52-53):

1. تعريف الجماهير النوعية بالمؤسسة وإنتاجها أو خدماتها بلغة سهلة واضحة لكسب تأييد الجماهير إلى جانب المؤسسة.
2. تعريف الجماهير لسياسة الهيئة أو المؤسسة، وما يحدث فيها من تعديلات وتغيرات.
3. مساعدة الجماهير على تكوين أفكار سليمة عن المؤسسة عن طريق تزويدها بالمعلومات الصادقة والكاملة.
4. التأكد من أن جميع الأخبار التي تنشر على الجماهير صحيحة وكاملة.
5. العمل على تهيئة جو صالح في الهيئة أو المؤسسة بين جماهيرها الداخلية.

فالبحث هو الخطورة الأولى لتحقيق المؤسسة أهدافها، فهو وظيفة يكشف المشكلات التي تواجهها المؤسسة ويدرس رأي واتجاهات الجمهور (الداخلي والخارجي) نحو المؤسسة بطريقة علمية ويحلل البرامج التي تقدمها المؤسسة ومدى نجاحها.

والتخطيط هو المرحلة التي من خلالها يتم وضع البرامج والسياسات بناءاً على معرفة اتجاهات الجمهور من ردود أفعالهم والرغبات والاحتياجات التي يحتاجها الجمهور، وهو المرحلة التي يوازن بين مصالح المؤسسة والجمهور.

الاتصال والتنسيق: أما الاتصال أو التنسيق فهما يصبان في نفس المضمون إذ يقومان بتنفيذ الخطة والاتصال والتنسيق بين الإدارة والجمهور وإدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى حتى تضمن تنفيذ الخطة بدون تعارض مع إدارات أخرى مما يحقق الانسجام والتفاعل بين جماهير المؤسسة وموظفيها وإدارتها العليا.

الإنتاج: وهو يقوم بنشر وإعلام الموظفين والجماهير بسياسات المنظمة أو المؤسسة.

والتقويم: وهو يعد المرحلة الأخيرة التي يتم من خلالها التأكيد على نجاح المراحل السابقة وتوافقها، ومن ثم توافق ونجاح المؤسسة أو فشلها، فهو المتابع لهذه المراحل منذ بدايتها وخلالها وحتى مرحلة التنفيذ.

3. وظائف بالنسبة للمؤسسة كوحدة وتشمل:

أ. تزويد المؤسسة أو الهيئة بكافة المعلومات والبيانات التي تعبر عن اتجاهات الرأي العام نحوها.

ب. حماية الهيئة أو المؤسسة من كل هجوم تتعرض له بسبب نشر أخبار غير صحيحة عنها أو ترويج شائعات تؤثر في سمعتها.

ج. التأكد من أن سياسة المؤسسة وأهدافها ونشاطها تجد الاهتمام الكافي من جانب جماهيرها المختلفة.

4. وظائف بالنسبة لإدارة المؤسسة وتشمل:

أ. مد الإدارة العليا للهيئة أو المؤسسة برد فعل حول سياستها فئات الجماهير المختلفة.

ب. بحث وتحليل وعرض الموضوعات المختلفة التي تهم الإدارة العليا خاصة نتائج بحوث قياس الرأي العام.

ج. مساعدة وتشجيع الاتصال بين المؤسسات الإدارية العليا والمستويات الإدارية الأخرى.

د. تعمل ع. ع على تنسيق العمل بين الإدارات المختلفة حتى يتحقق الانسجام بين هذه الإدارات وبينها وبين جماهيرها الداخلية والخارجية.

ه. تقوم العلاقات العامة بتقديم المشورة العلمية لأعضاء مجلس الإدارة وللجميع المسؤولية عن تخطيط السياسة العامة ورسم أهداف المؤسسة.

وتلحظ الباحثة أن وظائف العلاقات العامة جميعها تركز على قياس الرأي العام ودراسته وإدارة اتجاهاته نحو المؤسسة ومن خلالها تلبية رغباته وتصحيح الأخطاء التي تحصل وتفاديها لاحقاً ويحقق التناسق بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى والجمهور.

فالوظائف هي الطريق التي تقود في المحصلة إلى حل المشكلات ومواجهة الصعوبات والأزمات وحالات الطوارئ التي تواجه المؤسسة.

المحور الثالث: أنواع الجماهير في العلاقات العامة

إنَّ جِهاز العلاقات العامة هو جهاز إداري ينظم عمل المؤسسة أو الهيئة، ويعكس الصورة الإيجابية عن المؤسسة ويحسن من دورها وتوسيع نطاق عملها وهو حلقة الوصل بين الإدارة العليا والجماهير ومن خلاله يتحقق الرضا والتأييد من الجمهور وتغيير وتعديل سياسات المؤسسة بما

يتوازن مع مصلحة الجمهور والمؤسسة، فدور العلاقات العامة متعدد وذلك تبعاً لنوع عمل المؤسسة والجمهور الذي تتعامل معه.

فدور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية يختلف عن دورها في المؤسسات الاقتصادية أو الخدمية أو الاجتماعية.

ومن الأدوار التي تقوم بها العلاقات العامة أن تنقل قرارات وسياسات المؤسسة إلى الجمهور وبالعكس أن تنقل ردود فعل الجمهور إزاء هذه القرارات والرغبات والحاجات التي يرغبون بها.

ويعرّف محمد عبد المنعم الجمهور: "فمفهوم الجمهور يشمل كافة المجموعات التي يكون من مصلحتها بقاء المؤسسة واستمرار نجاحها، وكذلك تلك التي يكون من مصلحة المؤسسة التعامل معها والعمل على اتساع ذلك التعامل بشكل متين" (خميس، 1988، ص30).

"وفي مجال العلاقات العامة فإن الجمهور هو مجموعة من الناس يوجه لها برنامج مخطط له مثل الصحفيين أو الموظفين في المنظمة أو المستهلكين أو الممولين، أو المجتمع المحلي، أو الحكومة أو أعضاء جمعية مهنية أو منظمة غير ربحية" (درة والمجالي، 2010).

ومن التعريفات السابقة ترى الباحثة أن الجمهور وهو أهم عنصر في عملية الاتصال كل من تخطط المؤسسة للتأثير عليه والتأثر برغباته والقيام بتلبيتها من أجل تحقيق الاستمرارية والنجاح والانسجام من المؤسسة وجمهورها وأن الجمهور يشمل الموظفين داخل المؤسسة وخارجها.

ويتأثر الفرد بالعوامل المحيطة به كالعوامل السياسة والاقتصادية والاجتماعية والثقافية مما يتطلب دراسة اتجاهات وسلوك كل فرد من الجمهور. فهذه العوامل تجتمع مع بعضها مكوّنة سلوك الفرد وردة فعله نحو ما تقوم به المؤسسة.

ويصنف الباحثون الجماهير إلى نوعين جماهير داخلية وخارجية، فدور العلاقات العامة نقل أهداف وخطط ونشاط المؤسسة إلى جمهورها الذي يشمل الموظفين والعمال الذين يعملون في داخلها، وهو ما يطلق عليهم (الجمهور الداخلي)، وكذلك يشمل المتعاملين معها كالمستهلكين والمجهزين وغيرهم والذين يسمون بـ (الجمهور الخارجي) (جرادات والشامي،2011، ص139).

كما يقسم باحثون آخرون جماهير المنظمة أيضاً إلى نوعين هما (فهد وكنجو، 2010):

1. **الجماهير الداخلية:** وتضم العاملين داخل المنظمة.
2. **الجماهير الخارجية:** وتضم الأطراف الخارجية كافة ممن لها علاقة مع المنظمة.

وتصنف هناء بدوي الجماهير إلى أنواع حسب خبراء العلاقات العامة إلى ما يأتي (بدوي، 2001):

1. جمهور عام.
2. جمهور نوعي.
3. جمهور داخلي.
4. جمهور خارجي.

ترى الباحثة أن أغلب خبراء العلاقات العامة يتفقون على نوعين من جماهير المنظمة، الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي لما لهذه التقسيمات من أهمية في إقامة علاقات طيبة وناجحة بين الجمهور الداخلي والخارجي ولما لنشاطاتهم وسلوكهم تأثير على عمل المنظمة أو المؤسسة.

إن خطط المؤسسة الحكومية تختلف اختلافاً تاماً عن خطط مؤسسة اقتصادية أو اجتماعية أو خدمية وذلك تبعاً لطبيعة عمل كل مؤسسة وتبعاً لجمهورها.

ففي كل مؤسسة جمهورها داخلي وهذا تمثل بالعاملين والمعنيين والإداريين فيها وجمهورها الخارجي ويتمثل بمتلقي الخدمة والعملاء أو القرار أو السياسة منها.

فهناك أهمية كبيرة للعلاقات العامة داخل المؤسسة وتزيد أهميتها عند تعاملها مع جمهورها الداخلي إذ عليها كسب ثقتهم ورضاهم، وزيادة حماسهم للعمل من أجل المؤسسة ليعكسوا الصورة الإيجابية للجمهور الخارجي.

ويوضح فهمي محمد العدوي أهمية "العلاقة بالجمهور الداخلي للمؤسسة في مقدمة برامج العلاقات العامة، وليس ذلك بسبب ضخامة أعدادهم فحسب، بل لأنهم يمثلون جزءا له باعتباره من الجماهير الخارجية مثل المستهلكين وحملة الأسهم والمجتمع المحلي والجمهور العام".

إن تقسيم الجمهور يساعد خبراء العلاقات العامة على صياغة موضوعات الاتصال بموضوع الرسائل والتعرف إلى الاختلافات الفردية بين أفراد الجمهور.

أما بالنسبة لأنواع الجماهير في الأجهزة الحكومية فيصنفه الباحثون إلى (الدليمي، 2011، ص144):

1. **الجمهور الداخلي:** ويقصد به موظفو الجهاز، فثقة الموظفين في الجهاز وسياسته وعدالته تساعدهم على عكس صورة حقيقة للجهاز أمام الآخرين.
2. **الجمهور الخارجي:** ويتمثل في المستفيدين من خدمات الجهاز سواء من الأجهزة الحكومية الأخرى أو الإدارات الخاصة أو وسائل الإعلام أو الأفراد.

كما يتفق الباحثون في التصنيف حيث صنف الجماهير في العلاقات العامة بالأجهزة الحكومية إلى نوعين رئيسين هما:

1. **الجمهور الداخلي:** ويقصد به موظفو الجهاز، فثقة الموظفين في الجهاز وسياسته وعدالته تساعدهم على عكس صورة حقيقة للجهاز أمام الآخرين.

2. **الجمهور الخارجي:** ويتمثل في المستفيدين من خدمات الجهاز سواء من الأجهزة الحكومية الأخرى أو الإدارات أو وسائل الإعلام أو الأفراد (جودة، 1999).

ومما يجدر ذكره أن العلاقات العامة في الجهاز الحكومي ينقسم جماهيرها إلى جمهور داخلي يعكس الصورة الإيجابية والطيبة عن الجهاز والجمهور الخارجي الذي يُدَّعم عمل المؤسسة ويحقق استمراريتها.

ومن أهداف إقامة علاقات جيدة مع الجمهور الداخلي ما يلي (الدليمي، 2011، ص144):

أ. الحصول على ثقة المواطنين وضمان تأييدهم لسياسة المنظمة.

ب. الاهتمام بالروح المعنوية للموظفين.

ج. اجتذاب الأكفاء من الموظفين للعمل في الإدارة.

د. نوعية الموظفين وإفهامهم بدورهم في المنظمة وأثره في تحقيق الأهداف العامة للإدارة.

أهداف التعامل مع الجمهور الخارجي ما يلي (جودة، 1999):

أ. قياس الرأي العام والتعرف إلى اتجاهاته نحو الجهاز.

ب. إعلام المسؤولين نتائج هذا القياس لتمكينهم من اتخاذ الإجراءات المناسبة حيال هذا التوجه.

ج. إبلاغ الجمهور الحقائق الخاصة بالجهاز من حيث أهدافه وفلسفته وسياسته.

د. مقاومة الدعايات المغرضة وإيجاد تفهم كامل وودي نحو الجهاز.

إنَّ التوازن بين مصالح الجمهور الداخلي والخارجي هو من أساسيات استمرار عمل المؤسسة كما أن للجمهور الداخلي أهمية كبيرة في عكس الصورة عن المؤسسة وإن توفير الراحة

والاحترام وتلبية الرغبات والأمان يلعب دوراً في نفسية الجمهور الداخلي كما أنَّ الاهتمام اقتراحاتهم وشكاويهم يحقق لهم الطمأنينة النفسية والتحفيز على العمل.

والجمهور الخارجي هو الذي يستقبل قرارات وسياسات المنظمة ويتأثر بما يحيط به من عوامل سياسية واقتصادية واجتماعية كما يتأثر الجمهور الداخلي أيضاً.

هنالك وسائل متعددة للوصول إلى الجمهور الداخلي ومن هذه الوسائل (العدوي، 2011):

1. **نظام الباب المفتوح:** أي إتاحة الفرصة لمقابلة المسؤولين والإدلاء بآرائهم.
2. **نظام الاقتراحات:** أي إنشاء نظام لقبول اقتراحات الموظفين والعمال بشأن شروط العمل وسياسات العمل والإنتاج وغيرها.
3. **نظام المرشدين:** أي إنشاء مكتب معين يعين به خبراء لإرشاد الأفراد إلى كيفية حل مشاكلهم، ومن ثم معرفة الكثير عن حياتهم ورغباتهم وآمالهم وما هي الأمور التي يشكون منها ويرغبون التخلص منها واستبعادها.
4. **نظام مشاركة العمال في الإدارة:** وهي طريقة لمعرفة رغبات الأفراد ووجهة نظرهم ومشاركتهم للإدارة في وضع سياسات السياسات والقرارات المختلفة.
5. **تقارير الرؤساء والمشرفين:** إن الاتصال المباشر بين الرؤساء والمشرفين وبين العمال يتيح لهم فرص عديدة لمناقشة الأفراد في كافة المواضيع المتعلقة بالعمل نفسه أو المتعلقة بحياتهم الخاصة.

ويشير الباحثون إلى الوسائل الأخرى للاتصال بالعاملين "الأفلام التسجيلية Documentary films" والشرائح المصورة Slides، وغيرها من الوسائل السمعية والبصرية التي يمكن استخدامها لأغراض معينة، وكذلك تستخدم النشرات التعليمية أو التوجيهية Induction Literature للعاملين الجدد لتعريفهم بأهداف وأنشطة المنظمة وسياساتها وبواجباتهم وحقوقهم

وتنفيذ الزيارات التي يقوم بها كبار المديرين العمل في خلق علاقات طيبة مع العاملين، وكذلك تسهم الاحتفالات التي تقام لمناسبات اجتماعية خاصة مثل ترقيات بعض العاملين في دعم الصلات والعلاقات بين الإدارة والعاملين (جرادات والشامي، 2011، ص184).

وتتعدد أيضاً وسائل الاتصال بالجماهير تبعاً لنوعية الجماهير فهنالك وسائل تستخدم للجمهور الداخل ووسائل تستخدم للجمهور الخارجي وإنَّ اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة لتتواصل مع الجمهور والتأثير عليه وزيادة حماسه وتأييده وفعاليته نحو المنظمة أو المؤسسة. ويقسم أيضاً الباحثون وسائل الاتصال إلى قسمين هما (جرادات والشامي، 2011، ص111):

1. **الوسائل المباشرة:** كالمحاضرات والاجتماعات والاتصال الهاتفي والندوات.... الخ.
2. **الوسائل غير المباشرة:** كالمذياع والتلفاز والصحف والكتب... الخ.

ويمكن تقسيم الوسائل إلى الأقسام الآتية:

1. **الوسائل المقروءة:** وتتمثل بالكتب والمجلات والنشرات والمراسلات... الخ.
2. **الوسائل المرئية:** المعارض والمتاحف والصور والسينما الصامتة... الخ.
3. **الوسائل السمعية:** المذياع والهاتف وأجهزة الاتصالات الداخلية.... الخ.
4. **الوسائل السمعية والمرئية:** السينما والتلفاز والمؤتمرات والندوات... الخ.
5. **الوسائل الصامتة:** اللغة الصامتة والإشارات.

إنَّ وسائل الاتصال مع الجماهير تحتل مكانة مهمة بين عناصر عملية الاتصال للعلاقات العامة لكونها الإدارة التي يوصل من خلالها خير العلاقات العامة رسالته إلى الجمهور لتحقيق الأهداف الاتصالية، والأهداف المخطط لها، وإن لكل وسيلة من وسائل الاتصال لها تأثيراتها الفعّالة على المتلقي وتُلقي الضوء على الأفكار المراد توصيلها والمعلومات التي تهم الجمهور، فعلي مسؤول العلاقات العامة اختيار الوسيلة الفضلى والمثلى للوصول إلى جمهوره.

المحور الرابع: العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية

يعد الأمن العام من الاحتياجات الأساسية في حياة كل فرد وبالتالي في المجتمع بأكمله، إذ إن الشعور بالأمن والطمأنينة يحفز الفرد على العمل بحرية وطمأنينة وممارسة حياته الطبيعية،" فلا أمن بلا استقرار، ولا حضارة بلا أمن، ولا يتحقق الأمن إلا عندما يتلاشى أي شعور بالتهديد بالسلامة والاستقرار" (العنزي، العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية، ص14).

فلا بد من وجود جهاز أمني حتى لا يصبح المجتمع مجتمع جريمة، وعلى الجهاز الأمني منع الجريمة، وحل المشكلات التي تقع بين أفراد المجتمع، وتوفير الأمن والاستقرار في المجتمع، ولأي وافد وزائر للدولة،" وهي بالتالي من المؤسسات الأحوج للعلاقات العامة وصولا إلى دعم ومساندة وتعاون المواطنين لضمان نجاحها في أداء رسالتها في المجتمع" (درة والمجالي، 2010).

"إن طبيعة عمل الشرطة تجعلها شاءت أم لم تشأ غير مقبولة، ولا تتمتع بالقبول والود الذي يمكن ان يتمتع به جهاز أخر، ذلك أن رجل الشرطة هو التجسيد الواقعي للسلطة" (الباز، 2002).

و شعور الفرد دائما يميل إلى ممارسة حرياته ورغباته بدون قيود وان الشرطة تمثل القانون والذي بدوره يشعر بعض الأفراد بالحاجز النفسي.

إن دور الشرطة لا يتمثل فقط بمجرد حفظ الأمن والنظام وحسب بل لها وظائف اجتماعية وتنموية، "وأن رجل الشرطة موجود في كل مكان في المرور في الجوازات في الأحوال المدنية، في العمل الجنائي للكشف عن السوابق واستخراج صحف الحالة الجنائية في الشرطة المتخصصة في المجال الاقتصادي للمحافظة على الاقتصاد القومي ومكافحة التهريب والتزييف والتزوير وفي المجال الصحي والنفسي للمحافظة على الثروة البشرية، بمكافحة المخدرات" (الباز، 2002، ص133)

أن الشرطة لم تعد المنظمة المسؤولة عن منع الجريمة فحسب وإنما امتدت إلى مجالات الحياة كافة، فهي ذات الطابع الصعب والمختلف بالنسبة للجمهور،ولا بد من وجود جهاز للعلاقات العامة ينظم علاقاتها بجمهورها الداخلي والخارجي ولتحقيق أهدافها ونشر الصورة الحقيقية والايجابية عنها.

ومن مهام العلاقات العامة في المجال الأمني أن تنشأ علاقة طيبة وقائمة على الاحترام والثقة والتعاون بين الجهاز الأمني والجمهور وأن تبرز قرارات وسياسات وبرامج المنظمة"، والحصول على تأييد الجمهور وتعاونه، "وهكذا تبدو أهمية توفير اتصال ذي طريقين أو اتجاهين بين المؤسسة والجمهور" (الدليمي، 2004، ص154).

"وتحدث الجنرال ريد جواي الرئيس السابق لأركان حرب الجيش الأمريكي، لرؤساء الجيش عن دور العلاقات العامة فقال: "لقد أصبحت العلاقات العامة تمثل ضرورة للقوات المسلحة في إبراز أنشطتها ومنجزاتها، وإحاطة جماهير الشعب بها في حدود الأمن العسكري من أجل تأكيد ثقة المواطن في أن الجيش يقوم بأداء مهماته مما يدعم الأهداف القومية والصالح العام" (خطيب، سعادة راغب احمد، 2000، ص180).

وهنالك أهداف متعددة للعلاقات العامة في قوى الأمن الداخلي من خلال مهامها ونشاطاتها وهي:

1. توعية رجال قوى الأمن الداخلي سياسيا وثقافيا وربطهم بالأحداث الراهنة على مختلف الأصعدة القطرية والعربية والعالمية.
2. رفع مستوى العاملين إداريا ومسلكيا وتوجيهم إلى كل ما من شأنه أن يؤدي إلى حسن قيامهم بواجباتهم وتقديم أفضل الخدمات للمواطنين.

3. الاهتمام بالرعاية الاجتماعية لرجال قوى الأمن الداخلي، ومراعاة العوامل النفسية والمعنوية والعمل على إشاعة العلاقات الإنسانية وتقوية أواصر الود والتعاون.
4. تنمية الوعي لدى الجماهير بأعمال قوى الأمن الداخلي والواجبات والمهام الملقاة على عاتقها ومحاولة إسقاط الصورة القديمة القائمة في أذهانها باتجاه رجل قوى الأمن الداخلي من اجل كسب ثقتها وتأييدها وتعاونها.
5. تنمية الوعي الجماهيري لمكافحة الجريمة ومنع وقوعها والمساعدة في ملاحقة مرتكبيها وإدانتهم". (مصطفى ، 1982، ص93-94)

وتتحقق مهام إدارة العلاقات العامة فيما يأتي":

1. تشجيع المواطن على التعاون مع الأمن العام لمساعدته في تنفيذ المهام المنوطة به.
2. إرشاد المواطنين فيما يتعلق بسلامتهم وتجنب الأخطار.
3. تبسيط القوانين وشرحها للناس بسهولة ويسر.
4. رفع الروح المعنوية لموظفي الجهاز.
5. بناء جسور من الثقة المتبادلة مع وسائل الإعلام والمبنية على الصدق والحقائق.
6. شرح دور الأمن العام في القضاء على الجريمة وتوفير الأمن والحماية والسلامة للمواطنين

ويرى الباحثون أن أهداف العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية هي" (الدليمي، 2011، ص143-144):

1. التوعية والإرشاد والإعلام: أي إعلام المواطن بوجه النشاط الحكومي بغرض خلق المواطن الواعي والمشارك والمساهم برأيه ورضاه عن نشاط حكومته.

2. كسب رضا الجمهور وتأييد سياسته: وهذا يحتاج إلى حملات إعلامية توضيحية للشرح والاستئناس بآراء الجمهور قبل إقرار الخطة أو السياسة والتي تساهم في قبولها عند وضعها.
3. معرفة الرأي العام فيما يختص بتقييمه لمستوى الأداء العام للخدمات والعمل على تلبية طلباته قدر الإمكان على أن لا تتعارض تلك الطلبات مع المصالح العامة للدولة.
4. دحض الشائعات المغرضة بإبراز الحقائق والمكاشفة.
5. الاهتمام بشؤون موظفيها وتهيئة الظروف المناسبة والصحية للعمل لهم ومراعاة العلاقات الإنسانية والاجتماعية.

ويضيف باحثون آخرون مهام أخرى لقسم العلاقات العامة في المنظمات الحكومية" (لبنان الشامي وجرادات ،2002،ص184):

1. الاتصال بالمؤسسات الإعلامية وتزويدها بالمعلومات والبيانات والقصص الخبرية عن المنظمة.
2. متابعة المعلومات التي تنشر عن المنظمة في مختلف وسائل الإعلام وتحليلها للوقوف على اتجاهات وآراء وحاجات وتوقعات جماهير المنظمة.
3. تلقي الشكاوى التي ترد من جمهور المتعاملين مع المنظمة وتحويلها إلى جهات الاختصاص لدراستها والرد عليها وموافاة الشاكي به.
4. دعم الصلة بين المنظمة والمنظمات الحكومية وغير الحكومية الأخرى.
5. توثيق الصلة بين المنظمة والجماهير المتعاملة معها وتبصيرها بسياسات واتجاهات وانجازات المنظمة، وإرشادها وتوجيهها.

6. دراسة وتحليل الرأي العام كأساس جوهري في مجال العلاقات العامة والتوصية بالسياسات والبرامج والتصرفات التي تتخذ لكسب ثقة وتأييد ومساندة الجماهير وإشباع حاجاتها وتحقيق توقعاتها.
7. دراسة اتجاهات الجماهير المتعاملة مع المنظمة إزاء سياسات وخطط وانجازات وقرارات المنظمة والوقوف على مطالبها وإحاطة الإدارة العليا للمنظمة بهذه الاتجاهات.

ويقسم الجمهور في الأجهزة الأمنية إلى جمهور داخلي وخارجي وان أساس وجوهر نجاح المؤسسة هو جمهورها الداخلي الذي لا بد أن يشعر بالأمن والطمأنينة حتى يوفروا الأمن لغيرهم من المواطنين، وعكس الصورة الايجابية والجيدة عن الجهاز الذي يعملون فيه. "ومن أهداف أقامة علاقات جيدة مع الجمهور الداخلي ما يلي":

1. الحصول على ثقة الموظفين وضمان تأييدهم لسياسة المنظمة.
2. الاهتمام بالروح المعنوية للموظفين.
3. اجتذاب الأكفاء من الموظفين للعمل في الإدارة.
4. توعية الموظفين وإفهامهم بدورهم في المنظمة، وآثره في تحقيق الأهداف العامة للإدارة.

"كما أنه من الضروري أن يشعر المرؤوسون بمشاركة رؤسائهم لهم في مشاعرهم الإنسانية ورعايتهم لظروفهم وأوضاعهم وحل مشكلاتهم، والعمل على توفير مجال الاستقرار النفسي والمادي لهم، وإصلاح الرؤساء أو القادة في مجال الشرطة ينطبق على كل رتبة بالنسبة للرتبة الأقل، وخاصة الضباط بالنسبة للصف والجنود" (الباز، 2002، ص152).

وتشير الباحثة أن العلاقات العامة لها دور كبير في الجهاز الأمني داخليا وخارجيا، فمن المسؤوليات التي تقع على عاتقها أن تستقبل شكاوى واقتراحات الموظفين، وأن توصل صوتهم على رفع روحهم المعنوية وإشعارهم بأهمية دورهم وعظمته وهذا يتحقق بالوسائل التي تتبعها إدارة

العلاقات العامة من كتيبات ونشرات ومجلات وزيارات ومكافآت وتعزيز وتقديم الجوائز التقديرية للعمل المميز.

وهنالك مقومات تقوم العلاقات العامة في المؤسسات الشرطية لكسب رضا الرأي العام والحصول على ثقة الجمهور وتحقيق أهداف المؤسسة الشرطية وهي (درة والمجالي، 2010):

1. التركيز على سلوكيات رجال الشرطة في تعاملها مع أفراد الجمهور.
2. التأكيد على كفاءة أداء رجال الشرطة من خلال أداء العمل الجيد والتعريف بهذا العمل إذ إن العمل الجيد يتحدث عن نفسه بنفسه في كثير من الأحيان.
3. إيلاء إدراك الجماهير للعمل الشرطي أهمية خاصة وان يتم العمل على دراسة الجماهير ومعرفة اتجاهاتها واقتراحاتها لتطوير العمل الشرطي.
4. العمل على تحقيق الثقة المتبادلة والتفاهم المشترك بين المؤسسات الشرطية والجمهور وذلك عن طريق إبراز المفهوم الحديث للشرطة الذي يقوم على أن سلطة الشرطة مستمدة من الشعب ووضعها في خدمته.
5. التركيز على متابعة دراسة وتحليل الرأي العام نحو كل ما يتصل بعلاقته مع المؤسسات الشرطية سواء في مستوى السياسات أو الإجراءات أو الخدمات أو أساليب التعامل.

ويذكر ممارسو في العلاقات العامة مجموعة من الواجبات التي تقوم بها العلاقات العامة في قوى الأمن الداخلي ومنها (مصطفى، 1985، ص94):

1. توزيع الصحف والمجلات على العاملين في قوى الأمن الداخلي من اجل ضمان التوعية الكبرى من خلال ما ينشر في هذه الصحف والمجلات.
2. عقد اللقاءات الدورية على مختلف الأصعدة داخل وحدات قوى الأمن الداخلي لمناقشة معوقات العمل وتذليل المشاكل والصعوبات وإصدار التوجيهات اللازمة.

3. عقد ندوات خاصة تستعرض فيها أهم الأسس التي ينبغي أن تتبنى عليها علاقة قوى الأمن الداخلي بالمواطنين.
4. دعوة الخبراء من رجال القانون والإدارة وغيرهم من المختصين لإلقاء محاضرات يستفاد منها في رفع كفاءة العاملين.
5. مشاركة العاملين بمناسباتهم الخاصة وسد احتياجاتهم في تحقيق تلك المناسبات بنا تقتضيه التقاليد مساهمة من وحداتهم في مناسباتهم الخاصة.
6. زيارة المرضى والراقدين في المستشفى وتقديم الهدايا المناسبة.
7. عقد الندوات الموسعة مع المواطنين يشرح فيها الدور الاجتماعي والإنساني والحضاري لقوى الأمن الداخلي وما يترتب على كل مواطن من واجبات لمساعدتهم في تأدية مهامهم".

إن على العلاقات العامة الاهتمام بطبيعة العلاقة بين رجل الشرطة والمواطن وأن يؤدي عمله بالأسلوب الإنساني ويتحلى بالصبر وتعزيز ثقة الشرطي بنفسه من خلال إشعاره بأهمية دوره مهما كان، وأن تقوم العلاقات العامة بدراسة احتياجاته ورفع روحه المعنوية وتوفير الجو والمناخ المريح له، ودراسة اتجاهات الجمهور الخارجي، واستخدام الأساليب كافة للوصول إلى جمهورها الداخلي من جنود وضباط، وتعمل على تطوير في أساليبها مع تطور العصر وتستخدمها في تحفيز الشرطي وأن تقيم العلاقة الطيبة والمتبادلة بين الإدارة العليا وجماهيرها الداخلية والخارجية.

ويذكر الممارسون للعلاقات العامة صفات رجل العلاقات العامة وهي الاقتناع أساسا برسالة العلاقات العامة وأهميتها.

1. الدراسة المتخصصة لعملية العلاقات العامة ومتطلبات ذلك من العلوم الاجتماعية المتصلة بتحقيق رسالة العلاقات العامة مثل علوم النفس...الخ.

2. المواهب الشخصية التي تؤدي إلى حسن تطبيق الأصول العلمية بالإضافة إلى التمتع بميزات الصبر والحماس، والنشاط وعدم الانعزالية، وسعة الصدر، والقدرة على إدارة دقة الحديث.

3. المقدرة على التعامل مع الآخرين، وتفهم ظروفهم، وتحليل شخصياتهم، ثم التعامل معهم من هذا المنطلق.

4. القدرة القيادية (موهبة القيادة التي تصقل بالخبرة والاطلاع).

الشجاعة في مواجهة المواقف المختلفة وتحمل المسؤولية وعدم التهرب منها أو إلقائها على كاهل الآخرين (علي الباز، 2002، ص105-106).

ويضيف آخرون صفات وخصائص لرجل العلاقات العامة ومنها":

1. أن يكون ذا ثقافة عالية.
2. أن يتمتع بشخصية اجتماعية جذابة.
3. أن يكون لبقاً في التخاطب مع الآخرين.
4. أن يكون قادراً على المبادأة في إقامة الاتصال مع الآخرين.
5. أن يكون قادراً على إقناع الآخرين.
6. أن يكون أهلا لكسب ثقة الآخرين.
7. أن يبتعد في تعامله مع الآخرين عن الهجومية.
8. من اللائق أن يكون حسن المظهر.

أن يكون متقنا لإحدى اللغات الأجنبية الواسعة الانتشار (جودة، 1998).

المحور الخامس: الاتجاهات أنواعها وخصائصها

تتسم العوامل الخارجية المحيطة بالفرد في تكوين رأيه وسلوكه نحو المؤسسة، وتؤثر المعلومات والحقائق والحاجات والدوافع في تكوين اتجاهات الفرد الذي يُمثل القوى المحركة للفرد نحو النشاط والعمل والرغبة في تحقيق الأهداف المنشودة.

"وقد أكد ألبورت أن الاتجاه سواء كان الفرد واعياً به أو غير واعٍ به هو تكوين فردي ناتج من خبرات أساسية، فالخبرات التي تشكل الاتجاهات قد تكون منسية وقد يكون الفرد غير واعٍ بأسباب وجودها" (عبد الباقي، 2002).

ويعرف ثرستون الاتجاه: "أن الاتجاه النفسي هو تعميم لاستجابات الفرد تعمماً يدفع بسلوكه بعيداً أو قريباً من مدرك معين" (السيد وعبد الرحمن، 2006).

"والاتجاه عند دوب Dobe إستجابة مضمرة استباقية ومتوسطة ذلك بالنسبة لأنماط المثيرات الواضحة الصريحة والمختلفة، والاتجاهات تستثيرها أعداد متباينة من المثيرات وهي ذات دلالة في البيئة الاجتماعية للفرد" (حبيب، 2009).

وتستنتج الباحثة من خلال التعريفات العديدة للاتجاه أنه عبارة عن استعداد واستجابة الفرد نحو مؤثر معين كأفكار أو مواقف أو حوادث معينة ويحدد من خلاله موقف الفرد إزاء هذه الأشياء وتكون ردة فعله إما إيجابية أو سلبية بناءاً على عوامل ومتغيرات تحيط بالفرد.

وللاتجاه ثلاثة مكونات يتفق عليها الباحثون وهي:

1. **المكون العاطفي أو الوجداني:**

"ويتضمن النواحي العاطفية والوجدانية التي تتعلق بالشيء" (حبيب، 2009).

ويعرّفه الدكتور نبيل عبد الهادي بأنه الشعور العام لدى الفرد نحو الشيء أو الشخص، ويؤثر في اقبل الشيء أو تشخيص أو رفضه، وليس من الضروري أن يكون هذا المكون العاطفي منطقياً".

"ويعكس العنصر الشعوري أو العنصر الوجداني في الاتجاهات النفسية الشعور الداخلي للفرد نحو المنتج أو العلامة التجارية والتقييم الكلى لها وهو عنصر جوهري لأنه يحدد الموقف الذي يتخذه الفرد إما ايجابيا أو سلبيا أو محايد ويمكن قياس هذا العنصر باستخدام مقياس ذو مواصفات متدرجة من ممتاز إلى سيء أو من أكثر العلامات تفضيلاً إلى اقل العلامات تفضيلاً".

2. المكون المعرفي:

"ويشير المكون المعرفي إلى الاعتقادات والآراء لتي تظهر من خلال التعبير عن الاتجاه بالرغم من أن الفرد قد يكون غير واعياً بها" (عبد الباقي، 2002).

ويتفق الباحثون بأنه معتقدات الفرد نحو الأشياء.

3. المكون السلوكي أو الإدراكي:

كما يتفق أيضاً الدكتور نبيل عبد الهادي مع الأستاذة سلوى عبد الباقي بأنه الفعل الذي يقوم به الفرد والذي يشير إلى العمليات الجسمية والعقلية للتصرف بطريقة معينة نحو شيء.

يتفق علماء النفس الاجتماعي على هذه المكونات الثلاثة التي يتشكل منها الاتجاه نحو الشيء والتي هي عبارة عن مشاعر الفرد العاطفية والمعرفية التي تظهر من خلال التعبير نحو موقف معين فيتخذ سلوكاً جسمياً أو عقلياً نحوه.

"يمثل هذا البعد الثالث للاتجاهات فبعد أن تتوافر لدى الفرد المعرفة بالمنتج والعلامة التجارية ثم تلاها تولد شعور محدد (إيجابي أو سلبي) فإنه يصبح أكثر ميلاً إلى أن يسلك سلوكاً محدداً قد يكون في صوره تعزيز أو دفع أو عرقله.

الفرق بين الميل السلوكى – والسلوك الفعلي. فالأول يعبر عن الرغبة في السلوك أما السلوك الفعلي فيشير إلى الفعل الحقيقي".

خصائص الاتجاهات النفسية

ويشير العلماء إلى مجموعة من خصائص الاتجاهات النفسية فيوضح جايرود Jairod في سنة 1973 عدة خصائص يمكن إجمالها على النحو التالي (عبد الهادي، 2011):

1. مكتسبة ومتعلمة وليست وراثية ويتم تعلمها بعدة طرق.
2. قابلة للقياس والتقويم من خلال السلوك الملاحظ.
3. تتكون وترتبط بمثيرات ومواقف اجتماعية ويشترك عدد من الأفراد أو الجماعات فيها.
4. نزعة فردية لا تشكل جزءاً من ثقافة المجتمع.
5. تشكل من بعدين أساسين، هما: بعد معرفي وآخر انفعالي.

ويشير باحثون آخرون إلى نفس هذه الخصائص فيما يختلف الأستاذ عبد الحليم محمود والأستاذ شوقي فرج والأستاذ عبد المنعم شحاتة محمود في توضيح خصائص الاتجاه ومنها ما يأتي (السيد وفرج وشحادته، 2004):

أ. **التطرف:** فالاتجاهات المتطرفة – إيجاباً أو سلباً– أقل قابلية للتعبير بالمقارنة بالاتجاهات المعدلة.

ب. **الاتساق بين مكونات الاتجاه:** حيث يمكن تغيير الاتجاه من خلال إحداث تنافر بين مكوناته، بأن نقدم معلومات تعارض مشاعر الفرد أو مقاصده، ومع تكرار ذلك يحدث التنافر بين مكونات الاتجاه، فيسهل تغييره، أما إذا ارتفع الاتساق بين تلك المكونات، صعب التغيير وفشلت محاولاته.

ونلاحظ هنا أن هنالك آراء مختلفة بين العلماء حول خصائص الاتجاه، إلا أنَّ أغلب العلماء يؤكدون على أن الاتجاهات تملك خاصية التعلم وأنها غير وراثية وأنها لا تتكون من فراغ بل تكون عن طريق إقامة علاقة بين الفرد والشيء وأنها تتعدد حسب المثيرات التي تحيط بها وأنها تغلب عليها الذاتية أكثر من العامية.

أنواع الاتجاهات

إن أنواع الاتجاهات متعددة ومن هذه الأنواع كما يوضحها الدكتور نبيل عبد الهادي (2002):

1. **الاتجاهات تكوينات افتراضية:** يستدل عليها من السلوك الظاهري للرد، وتوصف بأنها متغيرات وسيطة ربط بين الشخص أو الفكر أو الرأي موضوع الاتجاه وسلوك الفرد حياله.
2. **الاتجاهات متعلمة (مكتسبه):** وهي التي يتم اكتسابها خلال عملية التنشئة الاجتماعية والتعلم.
3. يزداد ثبات الاتجاهات كلما كان تعلمها قد تم في المراحل المبكرة من العمر.
4. **الاتجاهات أهمية شخصية اجتماعية:** حيث أن هناك عملية تبادلية بين الشخص صاحب الاتجاه والأشخاص الآخرين موضوع الاتجاه.
5. للاتجاه قطبان أحدهما سلبي والآخر إيجابي.
6. يشير الاتجاه إلى الطريقة والأسلوب الذي يعبر فيه شخص ما عما يشعر به نحو موضوع معين.
7. تقدير الناس لموضوع ما يعكس اتجاه الناس نحو هذا الموضوع.
8. اتجاهات الناس مختلفة نحو الموضوعات المختلفة فلكل منهم اتجاهه الخاص.

بينما يقسم باحثون آخرون أنواع الاتجاهات إلى ثلاثة أقسام وهي (حبيب، 2009):

1. الاتجاهات الجماعية والفردية:

أ. **الاتجاهات الجماعية:** وهي التي يشترك فيها عدد كبير من أفراد المجتمع مثل إعجاب الناس بالبطولة.

ب. **الاتجاهات الفردية:** وهي الاتجاهات التي تميز فرد عن أخر مثل إعجاب فرد بزميل له.

2. الاتجاهات الشعورية:

أ. **اتجاه شعوري:** وهو الذي يظهره الفرد دون حرج أو تحفظ وهذا الاتجاه غالباً ما يكون متفقاً مع معايير الجماعة وقيمها.

ب. **اتجاه لا شعوري:** وهذا الاتجاه الذي يخفيه الفرد ولا يفصح عنه وغالباً لا يتفق هذا الاتجاه مع معايير الجماعة وقيمها.

3. اتجاهات عامة واتجاهات خاصة:

أ. **الاتجاهات القوية:** وهي الاتجاهات التي تبقى قوية على مر الزمان نتيجة لتمسك الفرد بها لقيمتها.

ب. **الاتجاهات الضعيفة:** وهي الاتجاهات التي من السهل التخلي عنها وقبولها للتحول والتغيير تحت وطأة الظروف والشدائد.

يختلف الباحثون في أنواع الاتجاه فمنهم من يذهب إلى الجماعية ومنهم من يذهب إلى أنه نوعان فردي وجماعي، ومع ذلك فإنهم يتفقون في نقاط معينة مثل إيجابية الاتجاه أي قوة الاتجاه وسلبيته أي ضعفه. ولكن تختلف التسميات، فمعرفة اتجاه شخص نحو موضوع ما من خلال سلوكه نحو هذا الموضوع أو شعوره الظاهر وهو قبول الموضوع أو رفضه.

عوامل وشروط تكوين الاتجاه

هناك عده عوامل يشترط توافرها جميعاً حتى يتكون الاتجاه النفسي:

1- تكامل الخبرة: تتكون الاتجاهات عندما تتكامل الخبرات الفردية المتشابه في وحده واحده. بحيث تصبح هذه الوحدة مقياس تصدر عنه أحكامنا.

2- تكرار الخبرة: لتكوين الاتجاه يجب أن تتكرر الخبرة

3- حده الاتجاه: للخبرات الانفعالية الحادة أثر قوي في تكوين الاتجاهات

4- تمايز الخبرة: يؤدى تعميم الخبرات الفردية المتتالية إلى تحديد الاتجاه تحديداً واضحاً وقوياً.

5- انتقال الخبرة: تنتقل الخبرة عن طريق المحاكاة والتقليد والذي يعتبر من العوامل الهامة في تكوين الاتجاه". http://www.bordain.com/forums/index.php

تطور بناء مقاييس الاتجاهات

كانت البدايات الأولى في بناء مقاييس للاتجاهات في عام 1925 عندما قام "بوقاردوس" **(Bogardus)** ببناء مقياس أطلق عليه مقياس البعد الاجتماعي، ثم طوَّر ثيرستون (Thurstone) مقياساً للاتجاهات عرف فيما بعد باسمه، ثم جاء (ليكرت Likert) ليضع مقياسا يكشف درجة القبول أو الرفض لدى المفحوصين وحساب الاتجاهات كمياً. أما "جتمان" **(Guttman)** فقد أنشأ مقياساً متجمعاً متدرجاً، و فيما يلي وصف لهذه المقاييس (Shaw & Wright, 1967) وذلك من أجل بيان النموذج المتبنى في هذه الدراسة.

1- مقياس بوقاردوس (Bogardus):

استخدم هذا المقياس على نطاق واسع لقياس إتجاهات الأفراد في بعض القضايا الاجتماعية مثل قياس المواقف نحو الأجناس المختلفة، فاستخدم المقياس لقياس إتجاهات الأمريكيين نحو الزنوج على سبيل المثال. وفي هذا المقياس فإن الأبعاد التي يستجيب إليها

المفحوص لا تكون متدرجة ولا توجد بينها علاقات ظاهرية كأن يعطي رأيه حول الزواج منهم أو مصادقتهم أو مجاورتهم أو قبولهم كمواطنين، أو عدم قبولهم واستبعادهم، أي أن العبارات غير المتدرجة تدرجاً متساوياً، ولا يقيس هذا المقياس الاتجاهات الحادة جداً.

2- مقياس ثيرستون (Thurstone):

و يقوم الباحث عند استخدام طريقة ثيرستون بجمع عدد كبير من العبارات التي يرى أنها تقيس إتجاهات الأفراد نحو قضية معينة و التي تنحصر بين الموافقة والرفض، ثم تعرض العبارات على مجموعة كبيرة من المحكمين الذين يعتقد الباحث أنهم ذوي الخبرة في الموضوع لإبداء الرأي في وضوحها أو غموضها وعما إذا كانت قادرة على قياس الاتجاهات نحو موضوع الفقرة، ثم تستبعد العبارات الغامضة و غير المناسبة وكذلك تلك العبارات التي اختلف عليها المحكمون. ولحساب متوسط كل عبارة يطلب من المحكمين إعطاء درجة لها تتراوح بين (1)، (11) بحسب إيجابيتها أو سلبيتها، وإذا كانت محايدة تعطي الرقم (6)، ثم تطبق العبارات على عينة من المفحوصين لحساب الثبات.

ومن عيوب طريقة ثيرستون أن المحكمين قد لا يكونوا مؤهلين تأهيلاً كافياً في الحكم على الموضوع، كما أنهم قد يختلفون مع أفراد العينة في الحكم على الفقرات، كما أن الإجراءات المتبعة هنا طويلة و معقدة وغير مضمونة النتائج.

3- مقياس ليكرت (Likert):

جاءت طريقة ليكرت لسد الثغرة الرئيسة في طريقة ثيرستون المعتمدة على المحكمين وابتكر طريقة لقياس الاتجاهات في كثير من الموضوعات، بحيث يظهر المفحوص ما إذا كان يوافق بشدة أو لا يوافق بشدة أو متردداً على كل عبارة، وتتدرج الموافقة وتعطى قيم تتراوح ما بين الموافقة بشدة أو عدم الموافقة بشدة (موافق بشدة (5)، موافق (4)، متردد(3)، لا أوافق (2)، لا أوافق بشدة

(1))، والدرجة المرتفعة هنا تدل على الاتجاهات الموجبة والدرجة المنخفضة تدل على الاتجاهات السالبة، ولتحديد إتجاهات المفحوص العامة نحو القضية مثار البحث يمكن جمع درجاته على كافة الفقرات الواردة في المقياس.

و تتميز طريقة ليكرت في أنها سهلة الإعداد و التطبيق، وتعطي المفحوص الحرية في تحديد موقفه و درجة إيجابية أو سلبية هذا الموقف في كل عبارة الأمر الذي يكشف عن رأيه في بعض القضايا الجزئية والتي تعتبر معلومات قيمة للباحث، كما أن وجود درجات للمقياس وتطبيقه على عينة كبيرة يزيد من ثبات المقياس.

ويكثر استخدام مقياس ليكرت وذلك لتوفيره الجهد أو الوقت الذي تستهلكه المقاييس الأخرى، وأول ما يميز مقياس ليكرت هو الاهتمام بأن تكون جميع وحدات المقياس تقيس نفس الاتجاه. كما أنه لا يستدعي استخدام مجموعة من الحكام من أجل تصنيف العبارات أو البنود إذ إن الاستجابة لكل عبارة من هذه العبارات تتدرج ابتداءً من الموافقة الكاملة إلى الرفض المطلق وذلك على مقاييس خمس نقاط هي: أوافق جداً – أوافق – غير متأكد – أرفض – أرفض تماماً. وهذه النقاط الخمسة تعطي عادة أوزاناً: 5، 4، 3، 2، 1 (فطيم، 1995).

وهنالك أهمية كبيرة لقياس الاتجاهات حيث نستطيع التنبؤ بسلوكيات الناس والبرامج التي يجب تنفيذها، فالاتجاهات لها أهمية كبيرة من حيث أنها (عقل، 1988):

1. تعمل كدوافع للسلوك، وقياسها قياس (تكميم) للدوافع، من حيث درجة الشدة والمدة (Intensity an Duration)، ومن حيث أنها أسباب للسلوك (Cause).
2. تعمل كمفسر لسلوك (Interpretation) فإن قياسها يكون وصفاً مكمماً (حيث يمكن) للاتجاه. أي أن الاتجاه محمول على الدوافع، وبالتالي فيجب أن يكون محمولاً في السلوك،

بمعنى أن السلوك (وهو موضوع القياس) يحمل سمات الاتجاه: طبيعته وموضوعه وجهته وشدته (تطرفه).

3. إن قياس الاتجاهات يتم بطريقة غير مباشرة، إذ لا إمكانية هناك لقياسها مباشرة، فالاتجاهات تُستنتج من سلوك الشخص الظاهر.

4. هناك الفائدة التطبيقية لقياس الاتجاه، فإن التعلم، وتعديل السلوك أو تغييره وبناء برامج هذا التعديل والتغيير، لا يمكن أن تكون فعالة وذات جدوى بدون القياس العلمي الدقيق للاتجاهات الفعلية الواقعية وتلك المتوقعة.

إنَّ قياس الاتجاهات يساعد خبير العلاقات العامة في معرفة سلوك الفرد والتنبؤ به نحو موضوع ما، ويساعد في تفادي الأخطاء والتخطيط لبرامج فعّالة مؤثرة في الفرد، وتُحدث حالة من الانسجام بين الموضوع والفرد فيجب أن تكون الاتجاهات مدروسة وقائمة على منهج علمي لتحقيق الأهداف المخطط لها.

طريقة جتمان (Guttman):

يعتمد مقياس جتمان على تدريج الفقرات من الأدنى إلى الأعلى بحيث إذا وافق المفحوص على فقرة معينة فإنه قد وافق على الفقرة السابقة ولا يوافق على الفقرات الأعلى، وتحدد درجة اتجاهات المفحوص بالنقطة التي تفصل بين الفقرات الدنيا والفقرات العليا، فإذا كان على الفرد تحديد موقفه من التعليم بأن يوافق على الحد المناسب للتعلم ضمن التدرج في المستوى (محو الأمية و تعليم الكبار فهذا يعني أنه موافق على محو الأمية ولا يوافق على المستويات الأعلى من التعليم كالتعليم المستمر، والثانوية والجامعية وهذا ما يجعل بناء المقياس بهذه الطريقة قاصراً على الفقرات المتدرجة، ولهذا فإن استخدام مقياس جتمان محدود.

وفي إطار مراجعة الأدبيات المتعلقة بالموضوع، تبين أن هناك إجماع بين الباحثين أن التوجه الإحصائي الأنسب لقياس الاتجاهات يكمن في استخدام مقياس ليكرت، حيث تتوزع الاستجابات لكل فقرة على مدى التدرج الخماسي الذي يعكس حدة الاتجاه إن سلبا أو إيجابا أو حيادا (Shaw & Wright, 1967).

ويمكّن من تحديد درجة الموافقة والرفض على الأبعاد التي تتراوح ما بين الموافقة والرفض، و يمكن حساب اتجاهات المفحوص بوجه عام من خلال جمع الدرجات على جميع الفقرات، واستخراج المعدل العام من خلال تقسيم الدرجة الكلية على عدد فقرات البنود الواردة في الاستبانة. ولهذا فقد تبنى الباحث طريقة ليكرت في إعداد المقياس المقترح لهذه الدراسة.

المحور السادس: إدارة العلاقات العامة في مديرية الأمن العام الأردنية

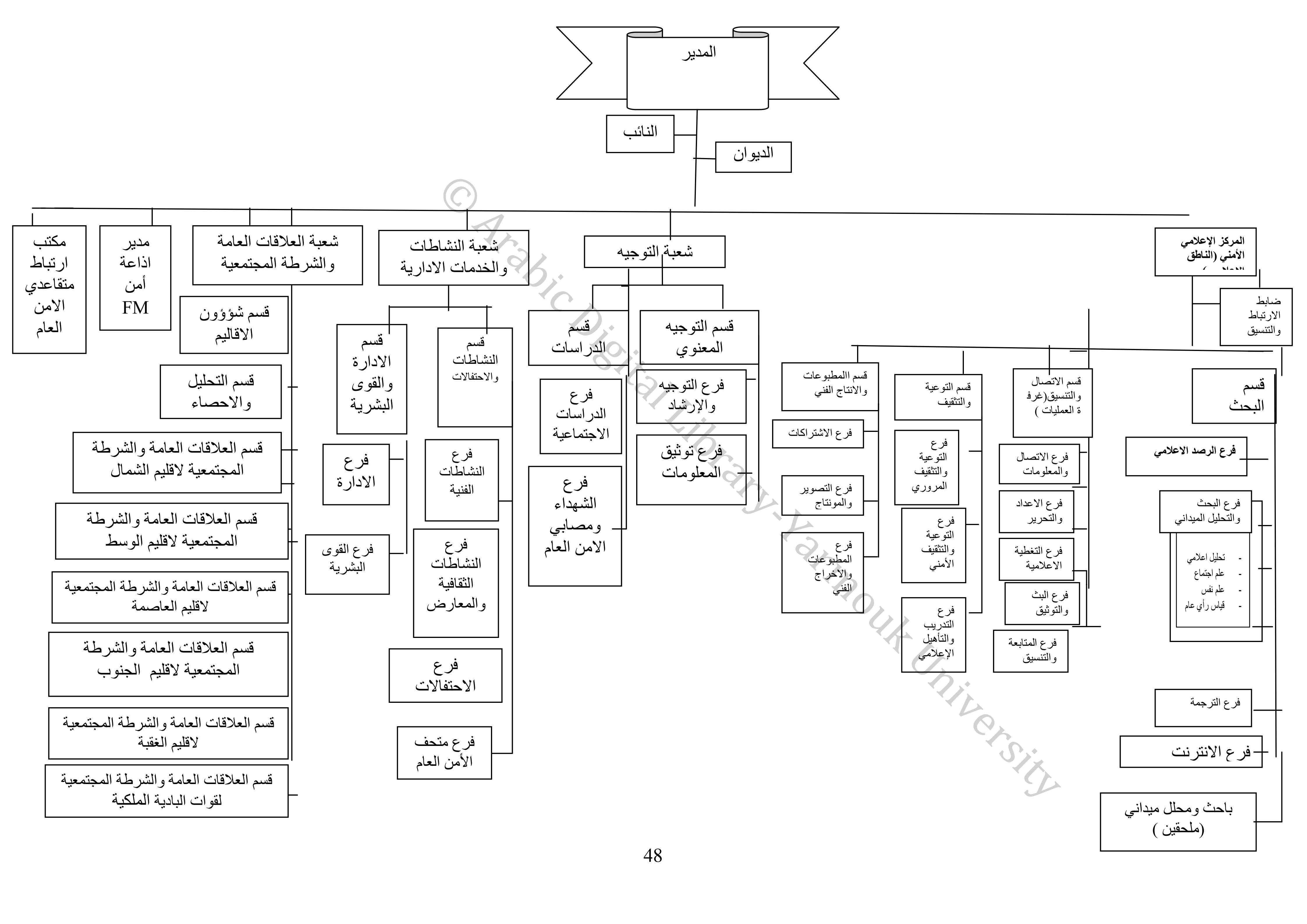
*** إدارة العلاقات العامة**

تأسست إدارة العلاقات العامة في مديرية الأمن العام الأردنية عام 1973، وتقوم رؤية هذه الإدارة على تنمية الوعي الأمني لدى المواطنين وتوثيق عرى التعاون، ومد الجسور بين جهاز الأمن العام و مؤسسات المجتمع الرسمية والأهلية كافة.

وتقوم رسالتها على أن إدارة العلاقات العامة والإعلام الأمني قادرة على استنفار الجهود بالتنسيق مع وسائل الإعلام كافة خدمة لأهدافها مستخدمة أحدث وسائل الاتصال وأكثرها ملائمة لمتطلبات العصر.

شكل رقم (6)

طبيعة الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة والإعلام الأمني:


المدير
النائب
الديوان
المركز الإعلامي الأمني (الناطق
ضابط الارتباط والتنسيق
قسم البحث
فرع الرصد الاعلامي
فرع البحث والتحليل الميداني
- تحليل اعلامي
- علم اجتماع
- علم نفس
- قياس رأي عام
فرع الترجمة
فرع الانترنت
باحث ومحلل ميداني (ملحقين)
قسم الاتصال والتنسيق(غرفة العمليات)
فرع الاتصال والمعلومات
فرع الاعداد والتحرير
فرع التغطية الاعلامية
فرع البث والتوثيق
فرع المتابعة والتنسيق
قسم التوعية والتثقيف
فرع التوعية والتثقيف المروري
فرع التوعية والتثقيف الأمني
فرع التدريب والتأهيل الإعلامي
قسم االمطبوعات والانتاج الفني
فرع الاشتراكات
فرع التصوير والمونتاج
فرع المطبوعات والأخراج الفني
شعبة التوجيه
قسم التوجيه المعنوي
فرع التوجيه والإرشاد
فرع توثيق المعلومات
قسم الدراسات
فرع الدراسات الاجتماعية
فرع الشهداء ومصابي الامن العام
شعبة النشاطات والخدمات الادارية
قسم النشاطات والاحتفالات
فرع النشاطات الفنية
فرع النشاطات الثقافية والمعارض
فرع الاحتفالات
فرع متحف الأمن العام
قسم الادارة والقوى البشرية
فرع الادارة
فرع القوى البشرية
شعبة العلاقات العامة والشرطة المجتمعية
قسم شؤون الاقاليم
قسم التحليل والاحصاء
قسم العلاقات العامة والشرطة المجتمعية لاقليم الشمال
قسم العلاقات العامة والشرطة المجتمعية لاقليم الوسط
قسم العلاقات العامة والشرطة المجتمعية لاقليم العاصمة
قسم العلاقات العامة والشرطة المجتمعية لاقليم الجنوب
قسم العلاقات العامة والشرطة المجتمعية لاقليم الغقبة
قسم العلاقات العامة والشرطة المجتمعية لقوات البادية الملكية
مدير اذاعة أمن FM
مكتب ارتباط متقاعدي الامن العام

ويقوم هذا الهيكل التنظيمي على تحقيق أهداف إدارة العلاقات العامة وهي:

أولاً: نشر الوعي والثقافة الأمنية وزيادة الوعي الأمني لدى الجمهور وذلك من خلال:

1- زيادة التوجيه الإعلامي لمرتبات الأمن العام.

2- زيادة أواصر العلاقات الإيجابية بين المواطن ورجل الأمن .

3- زيادة المساحة الإعلامية المخصصة للأمن العام لوسائل الإعلام المختلفة

4- زيادة الثقافة المجتمعية لأبناء المجتمع .

5- إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية وتفعيل المواقع الإلكترونية والرسائل القصيرة وإصدار المطبوعات .

6- عقد ورش العمل والندوات والمحاضرات .

7- التوسع في مشاركة المواطنين في المناسبات المختلفة وتنظيم الزيارات الميدانية لهم إلى مرافق الأمن المختلفة.

8- الرصد والتحليل الإعلامي لكافة الظواهر والمشاكل وتقديم الحلول المناسبة.

9- إقامة المعارض والتوسع في برامج المسرح الشرطي .

ثانيا: الاهتمام رضا مرتبات الأمن العام عن الجهاز ورفع مستوى الانتماء للوطن والقيادة والجهاز من خلال:

1- الاهتمام بمصابي الأمن العام والحالات الإنسانية.

2- الاهتمام بالبرامج التوجيهية لمرتبات الأمن العام.

3- المساهمة في رفع نسبة الرضا الوظيفي للمرتبات.

4- القيام بالمهام والواجبات بصورة ايجابية وتشجيع الآخرين على العمل والتضحية.

5- الاهتمام بمصابي الأمن العام وتقديم الخدمات لهم ومتابعة أمورهم العلاجية والصحية والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة بخصوص ذلك.

6- إجراء الدراسات الاجتماعية للحالات الإنسانية وتقديم المساعدة الممكنة لهم.

7- مشاركة أفراد القوة في الأفراح والمناسبات والأتراح.

8- التوسع في رسائل التوجيه المعنوي لأفراد القوة.

ثالثا: تفعيل دور الشرطة المجتمعية

1- التعريف ببرامج الشرطة المجتمعية.

2- تفعيل الدور التشاركي للمجتمع للتعاون مع رجال الأمن للحد من الجريمة.

3- تفعيل عمل المجالس المحلية لجمعية أصدقاء الشرطة وأعوان المرور والمخدرات والبيئة.

4- معالجة المشاكل الآنية التي يمكن حلها بالطرق الودية بما لا يتعارض مع القانون.

5- التوسع في إقامة الورشات للتعريف بالشرطة المجتمعية وطباعة بوسترات وبروشورات.

رابعا: التنسيق مع كافة الجهات المعنية بالإعلام الأمني .

وتأتي هذه الأهداف كلها لخدمة الهدف الرئيسي وهو رفع مستوى التنسيق والتعاون مع الجهات المعنية بالإعلام لزيادة فاعلية وكفاءة الرسالة الإعلامية.

واجبات ادارة العلاقات العامة:

1. توثيق العلاقة مع جمهور المواطنين وإقامتها على أساس من الثقة والمصداقية والإحترام المتبادل.

2. استثارة همم المجتمع بجميع فئاته لمؤازرة جهود الشرطة في مكافحة الجريمة والانحراف وكافة أشكال الخطر التي تهدد الأمن والسلامة العامة.

3. التعريف بالجهود والأنشطة التي تقوم بها الشرطة ودورها في خدمة المجتمع وتوفير أسباب الأمن والاستقرار للمواطنين.

4. المساهمة في رفع الروح المعنوية بين منتسبي الجهاز وتكريسها لخدمة رسالة الشرطة ، وتوثيق الروابط الاجتماعية بين أفراد الجهاز .

5. تنظيم احتفالات الأمن العام، اقتراح برامجها والإشراف على تنفيذها.

6. نشر الوعي الشرطي بين صفوف العاملين في الأمن العام وتهيئة الظروف المناسبة لهم للتزويد بالمعارف والعلوم الإنسانية.

7. ايجاد وعي أمني لدى المجتمع المحلي والتعريف بالدور الذي يقوم به جهاز الأمن العام في تقديم الخدمات الأمنية المختلفة من خلال التوعية والإرشاد بجميع الوسائل.

8. التخطيط لسلامة المجتمع وإدامة التواصل مع الجمهور الخارجي والداخلي (مرتبات الأمن العام) من خلال إعطاء محاضرات التوعية والتثقيف الفكري للمرتبات والتنسيق لتنظيم الاحتفالات واقتراح البرامج والإشراف عليها.

9. مشاركة المجتمع المحلي بالأعياد والمناسبات الدينية والوطنية، وحثه على القيام بالمبادرات لخدمة المنطقة.

10. جاءت الدراسات الاجتماعية لمرتبات الأمن العام في الحالات التي تتطلب المساعدة ورفعها إلى الإدارة لاتخاذ الإجراءات المناسبة.

11. متابعة جمع المعلومات حول ما يطرح من قضايا ومشكلات أمنية واجتماعية وغيرها مع الجمهور الخارجي والعمل على حلها بالطرق الودية ضمن حدود القانون ومتابعتها مع الجهات المعنية.

12. تفعيل دور المجالس المحلية في المراكز الأمنية والمشاركة وحل المشكلات المطروحة بالتنسيق مع الجهات المعنية.

13. قياس الرأي العام والتعرف على توجيهاته عبر ما ينشر وما يرد من ملاحظات إضافية إلى التعامل مع القضايا والأحداث الأمنية التي تحظى باهتمام الرأي العام والإعلام.

الوسائل المستخدمة في إدارة العلاقات العامة

العلاقات العامة في جهاز الأمن العام كأي مؤسسة أخرى يقسم جمهورها الى جمهور داخلي وخارجي، ويتم استخدام الوسائل المناسبة لكلا الجمهوريين استنادا الى عدة معطيات من أهمها:

1. طبيعة الجمهور المستهدف.
2. الفئة العمرية.
3. طبيعة المهنة.

الوسائل:

1. التلفزيون:

استخدام البرامج التلفزيونية كبرنامج العين الساهرة على شاشة التلفزيون الأردني ويتم بث مداخلة توعوية مرورية حول الواقع المروري لحركة السير على الطرق عبر برنامج يوم جديد يوميا ،كما يتم التعاون مع هذا البرنامج لتنفيذ الخطط الإعلامية المختلفة ، وبرنامج يحدث اليوم ويتم عبره الترتيب لعقد لقاءات ومناقشة مشكلات ورسائل أمنية تنفيذا للخطط الإعلامية والموضوعة في المجالات الأمنية والمرورية، بالإضافة إلى البرامج يتم تصوير أفلام توعوية قصيرة في عدة مجالات وبث عدد من المداخلات التوعوية الأمنية والبيئية عبر قناة رؤيا وبرنامج يسعد صباحك الذي يعرض على شاشة التلفزيون الأردني.

2. الإذاعة:

استخدام البرامج الإذاعية على اختلاف أنواعها مثل برنامج العيون الساهرة على إذاعة القوات المسلحة ، ويتم التعاون مع الإذاعات المحلية المختلفة من خلال تمرير عدد من الملاحظات والمداخلات الخاص بمواضيع الحركة المرورية وحركة الطرق اليومية وعدد من التصريحات التي يدلي بها الناطق الإعلامي في مديرية الأمن العام ، بالإضافة إلى كافة الرسائل والملاحظات الإخبارية التي يتم بثها عبر إذاعة أمن FM وبالتنسيق معهم.

3. المجلات الصادرة عن إدارة العلاقات العامة مثل مجلتي الشرطة والشرطي الصغير.
4. الصحف الإلكترونية والمطبوعات المختلفة حيث يتم تغطية أخبار ونشاطات مديرية الأمن العام ونشرها في الصحف المحلية بالتنسيق مع المركز الإعلامي.
5. المسرح الشرطي: تم إنشاءه حديثا ويعتبر سابقة على مستوى الوطن العربي وهو مسرح متنقل كادره من جهز الأمن العام يحمل رسالة توعوية وتثقيفية وأسرية واجتماعية وغيرها.
6. اللقاءات والمحاضرات ورسائل النصف الشهرية التي يتم تعميمها على مرتبات الأمن العام لتسليط الضوء على قضايا معينة لها علاقة برفع الروح المعنوية لمرتبات الأمن العام .
7. اللقاءات المستمرة والحوارات.
8. الإنترنت.

إدامة العمل وتحديث الموقع الرئيسي لمديرية الأمن العام والمواقع الخاصة بإدارة الأمن العام المختلفة ، وإدامة العمل على موقع أمننا الإخباري، وإدامة العمل على نظام الرسائل القصيرة الداخلي (للمتقاعدين والعاملين) ، وإدامة العمل على خدمات استعلام مجانية بالتعاون ما بين الأمن العام ومركز الاتصال الوطني للخدمات الحكومية لجمهور المواطنين.

9. المتحف

10. المعارض.

11. المقابلة الشخصية.

12. التواصل الدائم والمستمر مع مختلف قيادات ووحدات الامن العام الرئيسية والفرعية لتحقيق متطلبات وظيفة العمل في مختلف المجالات ، وتغطية أنشطة الإدارات والقيادات المختلفة لتحقيق الأهداف.

وظائف العلاقات العامة الأربعة في إدارة العلاقات العام

تعقد العلاقات العامة في بداية كل عام اجتماع يضم عدداً من المتخصصين في مجال العلاقات العامة والإعلام لوضع البرامج الإعلامية الهادفة في مجالات التوعية الجنائية والمرورية، بالإضافة إلى التعريف بأنشطة وتطورات جهاز الأمن العام، إضافة للبرامج الموجهة للجمهور الداخلي من خلال العديد من الأنشطة المتعلقة برفع الروح المعنوية ومعالجة المشكلات التي يمر بها أبناء الجهاز من مشكلات اجتماعية واقتصادية وغيرها، قدر الإمكان ضمن محددات والتواصل المستمر معهم من خلال لقاءات ممنهجة ومحاضرات في مجال الثقافة الشرطية وفن التعامل مع الجمهور والولاء والانتماء للوطن والقائد والمؤسسة العسكرية، وهنالك العديد من البرامج التي يتم وضعها لتحقيق أهداف سريعة ويتم وضع برامج سنوية وشهرية وأسبوعية حسب طبيعة الحدث ووقته ومناسبته زمنيا أي اتباع الخطط القصيرة والمتوسطة والطويلة الأمد.

ويتم المراجعة والتقييم المستمر للبرامج والأنشطة ومدى تحقيقها للأهداف من خلال قياس مدى تفاعل ورضا الجمهور بشقيه الداخلي والخارجي ، ومن خلال وسائل الإعلام المختلفة وردود أفعال الصحفيين والإعلاميين والتعليقات والمشاركات عبر البريد الالكتروني وصحيفة أمننا الالكترونية وإذاعة أمن FM بحيث يعتمد عليها جدا لقياس مدى التفاعل ، ومن حيث الجمهور

الداخلي هنالك لقاءات وحوارات مكثفة بشكل مستمر تهدف إلى الوصول إلى معرفة مدى نجاح إدارة العلاقات العامة في تحقيق أهدافها.

مكانة إدارة العلاقات العامة في مديرية الأمن العام الأردنية في صناعة القرارات

يوجد قسم في العلاقات العامة يسمى قسم "الرصد والتحليل الإعلامي" يتبع للمركز الإعلامي الأمني داخل العلاقات العامة، ومن أهم واجبات هذا القسم رصد الأخبار والموضوعات المتعلقة بالأمن العام من واجبات وأنشطة وأحداث وقضايا ورفع تقرير صباحي يومي الى مدير الأمن العام لاتخاذ الإجراء المناسب بشأنها، بالإضافة إلى التقرير الشهري وهو تقرير تحليلي يتم من خلاله الوقوف على ردود أفعال واتجاهات الإعلاميين والصحفيين اتجاه الأمن العام وأنشطته، وهذا التقرير من شأنه مساعدة صاحب القرار لاتخاذ القرار المناسب الذي يلبي رغبات وتطلعات المواطنين باعتبار الصحفي عين المواطن .

وفيما يتعلق بالجمهور الداخلي فإن العلاقات العامة حريصة كل الحرص على تحقيق الرضا الوظيفي من خلال الوقوف على تطلعات مرتبات الأمن العام ومعالجة مشاكلهم وقضاياهم وإيصال أرائهم وتطلعاتهم إلى متخذ القرار للأخذ بها ضمن الحدود الممكنة وذلك يتم من خلال العديد من الوسائل وأهمها المقابلة الشخصية حيث تفتح العلاقات العامة ذراعيها أمام أي فرد من أفراد الأمن العام.

إن أي قرار يتخذ من قبل مديرية الأمن العام يكون بناءً على معطيات ودراسات واضحة ولكن في حال أن هذه القرارات تتعارض مع رغبات الجمهور وان السياسات لا تحقق الأهداف المرجوة كما يفترض يتم إعادة النظر بها لما تتمتع به إدارة الجهاز من مرونة وإدارة الجهاز في التعامل مع الوحدات.

الصعوبات والتحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة

تتمثل الصعوبات والتحديات تبعا لطبيعة المتغيرات التي تفرضها التطورات المختلفة من جرائم مستجدة ومستحدثة، هذا الأمر يتطلب من إدارة العلاقات العامة مواكبة كافة هذه التطورات وأحيانا استباقها وعمل الحلول لمعالجتها للحفظ على الأمن ، بالإضافة إلى نقص القوى البشرية الكافية خصوصا كادر الشرطة المجتمعية.

وتتم معالجة التحديات والصعوبات من خلال المتابعة المستمرة لكافة المستجدات في مجالات الجريمة والتوعية المستمرة للمواطنين والجمهور الداخلي عبر إشراكهم بدورات متخصصة في هذا المجال، بالإضافة إلى تبني الأفكار الإدارية الحديثة التي تسهم بالارتقاء بوظيفة العمل وزيادة الرضا الوظيفي، والولاء والانتماء للمؤسسة من قبل مرتبات الأمن العام.

التطورات التي طرأت على مديرية الأمن العام الأردنية من حيث الوسائل المستخدمة والوظائف والتطورات التي ستحدث [1]:

بدأت إدارة العلاقات العامة بالبرامج التلفزيونية ثم تم استحداث إذاعة أمن FM وتزامنت مع استحداث مكتب إعلامي وناطق إعلامي خاص لجهاز الأمن العام لتسهيل على الصحافة والإعلام لدى الاستفسار عن معلومة أمنية، بالإضافة للإدلاء بالتصريحات المتعلقة بالأحداث الأمنية، ثم تم استحداث صحيفة أمننا الالكترونية والتي حازت على المركز الأول للتوالي على عامين متتاليين من حيث سعة انتشارها ونجاحها على مستوى الوطن العربي، بالإضافة للمشاركة في مسابقات أجهزة الشرطة العربية فيما يتعلق بالبرامج والأفلام التوعوية، والآن التركيز على مواقع

([1]) مقابلة شخصية مع رئيس شعبة التوجيه المعنوي في إدارة العلاقات العامة والإعلام الأمني في مديرية الأمن العام الأردنية المقدم مهند سلطان الشريدة بتاريخ 28_5_2013.

التواصل الاجتماعي من خلال استقطاب العديد من المشاركين الفاعلين للمساهمة في مكافحة الجريمة والحفاظ على الأمن والاستقرار بالإضافة إلى نقل رسالة الأمن العام الشاملة.

المحور السابع : الدراسات السابقة

- **القسم الأول: الدراسات الأردنية**

1) **دراسة (حتاملة، أثيل، 2012) بعنوان** " واقع العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية الأردنية :دراسة تقويمية في ضوء المدخل الوظيفي للعلاقات العامة" ،هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية الأردنية وعلى الكيفية التي تتم بها ممارسة مهام العلاقات العامة ومدى كفاءة القيام بها. وقد اعتمدت الدراسة على المدخل الوظيفي باعتباره إطاراً نظرياً مناسباً لتقويم الهدف الذي ذهبت إليه. واعتمدت على منهج المسح لعينة عمدية من المؤسسات الإعلامية الأردنية والتي تكونت من الصحف اليومية الأربع (الرأي ، الدستور، العرب اليوم، الغد) ومؤسسة الإذاعة والتلفزيون ووكالة الأنباء الأردنية بترا . وطبقت أداة الدراسة الإستمارة على ممارسي مهام العلاقات العامة في تلك المؤسسات سواء ممن يعملون ضمن إدارة مستقلة لها أو ضمن إدارات أخرى وذلك باستخدام أسلوب الحصر الشامل وقد بلغ عددهم (65) مبحوث. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

1) أن أكثر من نصف المبحوثين بما نسبته (58.5%) لا يعملون ضمن إدارة مستقلة للعلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية الأردنية.

2) وحظيت المهام الاتصالية بأعلى نسبة في ممارسة وظائف العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية بمتوسط حسابي عام بلغ (1.96)، تلاها مهام التخطيط بمتوسط حسابي عام بلغ

(1.93)، ثم مهام البحوث في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي عام بلغ (1.82)، ثم مهام التقويم بالمرتبة الرابعة والأخيرة بمتوسط حسابي عام بلغ (1.47).

3) كما توصلت الدراسة إلى أن كفاءة القيام بمهام العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية الأردنية بالدرجة الأولى هي كفاءة متوسطة بنسبة (69.2%). وفيما يتعلق بفروض الدراسة فقد توصلت الدراسة إلى أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في ممارستهم لمهام البحوث تعزى لصالح المؤهل العلمي "دبلوم فأقل"، كما أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في ممارستهم لمهام التقييم تعزى لصالح التخصص العلمي "الإعلام"، إضافة إلى أنه يوجد فروق في إدراك المبحوثين للمعوقات التي تقلل من كفاءة عمل العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية تعزى إلى طبيعة عملهم ضمن إدارة غير مستقلة للعلاقات العامة.

2) **دراسة (القضاة، عمر، 2004) في الإدارة العامة بعنوان** "نشاط وواقع وظيفة العلاقات العامة في أجهزة الإدارة المركزية في المملكة الأردنية الهاشمية "، تناولت الدراسة العلاقات العامة، وهدفت إلى التعرف على مدى اهتمام أجهزة العلاقات العامة كونه نشاطاً إدارياً لعمل العلاقات العامة، وهدفت إلى التعرف على مدى اهتمام أجهزة الإدارة العامة المركزية في الأردن بموضوع العلاقات العامة، ومفهومها لدى هذه الوحدات التي تقوم بهذا النشاط الإداري، وموقع هذه الوحدات في الخارطة التنظيمية والذي يبين الجهة المرجعية والأقسام التي ترتبط بها. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. إن هناك أهدافاً محددة ومكتوبة لجهاز العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية المركزية في الأردن .

2. إن غالبية وحدات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية المركزية في الأردن تمارس وظيفة التخطيط.

3. إن العلاقات العامة تقوم بأنشطتها بصفة دورية.

4. إن وحدات العلاقات العامة تستخدم وسائل الاتصال الفعال عند القيام بوظائفها ونشاطاتها بمستوى مرتفع.

3) **دراسة (منصور، تحسين، 2002 م)** بعنوان: "ممارسات العلاقات العامة في مديرية الأمن العام الأردنية من وجهة نظر الجمهور الداخلي"، وتهدف إلى التعرف على ممارسات العلاقات العامة في مديرية الأمن العام الأردنية من وجهة نظر جمهورها الداخلي، وفيما إذا كانت هذه الممارسات تختلف باختلاف بعض المتغيرات الشخصية الوظيفية لعينة الدراسة ، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. إن ممارسات العلاقات العامة في مديرية الأمن العام من وجهة نظر الجمهور الداخلي بدرجة متوسطة وجاء الترتيب التنازلي لقيام العلاقات العامة بممارسة وظائفها على النحو التالي:

- التخطيط في المرتبة الأولى.
- البحوث والاتصال والتقييم في المرتبة الثانية.
- عدم وجود فروق إحصائية في ممارسات العلاقات العامة تعزى لمتغيرات الحالة الاجتماعية، وعدد سنوات الخدمة، والرتبة في الأمن .
- وجود فروق إحصائية في ممارسات العلاقات العامة تعزى لمتغيري العمر والمستوى التعليمي.
- وجود علاقات ارتباطية إيجابية بين جميع خطوات عملية العلاقات العامة.

- النموذج المستخدم في ممارسات العلاقات العامة بمديرية الأمن العام نموذج خاص يجمع بين سمات وملامح نموذجي النشر والإعلام من نماذج "غرونك" الأربعة.

3. إن مديرية الأمن العام تهتم بوظيفة التخطيط أولا ومن ثم البحوث والاتصال والتقييم.
4. إن للمستوى التعليمي دوراُ في ممارسة العلاقات العامة.
5. إن العلاقات العامة في مديرية الأمن العام تركز على نشر المعلومة في اتجاه واحد من المنظمة إلى الجمهور مما يضعف الاتصال والتفاهم المتبادل بينها وبين جمهورها.

4) **دراسة (الزيود، صالح ،2001) بعنوان** "تقييم أداء دوائر العلاقات العامة في الجامعات الأردنية من وجهة نظر موظفيها"، وهدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى أداء دوائر العلاقات العامة في الجامعات الأردنية، والتعرف على مستوى كفاية وملائمة العناصر المؤثرة في أداء دوائر العلاقات العامة وهي: الموارد البشرية، الموارد المالية، دعم واهتمام الإدارة العليا، خطة عمل الدائرة، التعاون والتنسيق بين الدوائر والدوائر الأخرى ودراسة تأثير العوامل التالية على مستوى الأداء: عدد العاملين، عدد سنوات الخبرة، المؤهل العلمي، الجنس، طبيعة الجامعة (خاصة أو حكومية)، توفر المخصصات المالية للوحدة ،جهة ارتباط الدائرة، عمر الدائرة ، التخصص الأكاديمي للعاملين ، وجود خطة عمل للدائرة .

5) **دراسة (منصور، تحسين، 1993م) بعنوان** "تنظيم وادارة العلاقات العامة في الجهاز الحكومي واتجاهات الإدارة العليا نحوها"، بهدف التعرف على الجوانب التنظيمية والإدارية وأساليب ممارسة العلاقات العامة، توصلت إلى أهم النتائج:

1.أن لدى 25 منشأة إدارات متفرغة للعلاقات العامة ، وفي المقابل تبين أن 52 منشأة لا يوجد فيها جهاز علاقات عامة متفرغ .

2. وجود منشآت في الجهاز الحكومي الأردني لا تهتم مطلقا بوظيفة العلاقات العامة ولا تقوم بها ، واتضح أن هذه الإدارات تسعى إلى تحقيق أهداف تتعلق بالجمهور الداخلي والجمهور الخارجي للمؤسسة، وأن نسبة الإدارات التي تقوم بإجراء بحوث ضئيلة إذا ما قورنت بأهمية البحوث والدراسات في العلاقات العامة باعتبارها جرس الإنذار المبكر في توفير المعلومات والبيانات الصحيحة.

وركزت هذه الدراسة على أهمية القيام بالبحوث الدورية والمستمرة للتأكد من صحة الوسائل الاتصالية المستخدمة والبرامج المختارة للوصول إلى الجمهور لتحقيق أهداف وخطط المؤسسة، وعلى أهمية الاهتمام بوجود قسم للعلاقات العامة في المؤسسات لإبراز الصورة الايجابية عن المؤسسة والتعريف بأنشطتها.

6) **دراسة (العبد الله، أحمد، 1992) بعنوان** "تقييم أداء وظيفة العلاقات العامة في أجهزة الإدارة العامة المركزية في الأردن" وهدف الباحث من دراسته إلى معرفة قيام وحدات العلاقات العامة في أجهزة الإدارة العامة المركزية بمهام البحث والتخطيط واستخدام وسائل الاتصال والتقييم، ومدى توجه هذه الإدارات إلى الاستعانة بالخبرات الاستشارية في مجال العلاقات العامة. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. إن غالبية وحدات العلاقات العامة لا تمارس وظيفة التخطيط إلا ما ندر للتخطيط قصير المدى.
2. كما أن هذه الإدارات لا تستخدم إلا عددا من وسائل الاتصال، ولا تقوم بوظيفة التقييم.

وأوصى الباحث بزيادة عدد فروع وحدات العلاقات العامة، وزيادة عدد العاملين فيها، وتوفير ما يلزمهم من أمور مالية، وإعطائهم مزيدا من الأهمية الإدارية، وتوسيع نطاق عملهم في العلاقات العامة ، واستخدام الأساليب العلمية في أداء الوظائف لرفع مستواهم الإداري.

7) **دراسة (الجوهر، محمد والقاضي، أمجد، 1998)** بعنوان " أجهزة العلاقات العامة في الأردن": التنظيم والوظائف والأدوات (دراسة ميدانية) ، وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى وجود أجهزة متفرغة تمارس وظيفة العلاقات العامة في الشركات ومعرفة مختلف الجوانب التنظيمية المتعلقة بها من الوظائف التي تقوم بها والأدوات والأنشطة التي تستخدمها للقيان بمهامها. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها:

- إن 75% من تلك الشركات تستخدم مصطلح العلاقات العامة أما الباقي 25% فتضيف له مصطلحات أخرى.
- كذلك 75%من تلك الأجهزة ليست لها موازنات مستقلة.
- كما أن 75% من الأجهزة لا تخطط لأنشطتها ، ولا وظيفة التقويم، وبناء عليه فقد أوصت الدراسة بضرورة الإسراع باستحداث الأجهزة العلاقات العامة في الشركات التي لا يوجد بها، وضرورة تحديد موازنات مستقلة للعلاقات العامة فضلا عن توجيه الاهتمام بالتخطيط والتقويم لنشاط العلاقات العامة.

8) **دراسة (القاضي، أمجد ، 1989)** بعنوان "العلاقات العامة في مؤسسات الطيران مع التطبيق على الملكية الأردنية –عالية " على عينه عشوائية طبقية من الجمهور الداخلي والخارجي للملكية الأردنية مقدارها 25% من الأعداد الكلية الصادرة خلال فترة الدراسة تمثلت في الأعوام (1984–1987م). وخلصت نتائج الدراسة إلى أن:

1. نسبة العاملين بجهاز العلاقات العامة في المملكة الأردنية تصل 96% من مستخدمي المؤسسة.
2. معرفة المستخدمين بجهاز العلاقات العامة من خلال الخدمات التي تقدمها لهم في المؤسسات والنشاطات المختلفة هي نسبة جيدة 70,42%.

3. قلة عدد الاجتماعات واللقاءات التي تعقد بين المستخدمين والإدارة لشرح أهداف وسياسات الإدارة العليا.

4. تدني نسبة الاعتناء بمشاكل المستخدمين وإيجاد حلول لها.

5. ضعف عملية الاتصال بين المستخدمين وجهاز العلاقات العامة.

6. عدم قدرة جهاز العلاقات العامة على توصيل تقارير بشكل دائم للمستخدمين عن نشاطات وأخبار المؤسسة.

7. تصور جهاز العلاقات العامة في المعلومات المتاحة عن الملكية الأردنية حيث غالبا ما يصلوا إليها عن طرق اجتهادهم وأنشطتهم الشخصية.

التعليق على الدراسات الأردنية السابقة

ومن مجموعة الدراسات الأردنية السابقة يمكن استخلاص عدة مؤشرات تتمثل فيما يلي:

1) تعد هذه الدراسة من الدراسات الأولى التي تناولت اتجاهات الجمهور الداخلي في مديرية الأمن العام الأردنية نحو وظيفة العلاقات العامة وسبل تطويرها.

2) أغلب الدراسات ركزت عل دراسة تأثير متغير واحد أو متغيرين عند دراسة العلاقات العامة في المؤسسات والأجهزة الإدارية، في حين قامت هذه الدراسة باختبار تأثير المتغيرات ذات الصلة كافة باتجاه الجمهور الداخلي نحو وظيفة العلاقات العامة والأدوار التي تمارسها والأساليب المستخدمة في الوصول إلى جمهورها لمعرفة أهم المتغيرات تأثيرا في اتجاه الجمهور الداخلي بإتباع نموذج معين من نماذج العلاقات العامة.

3) ندرة الدراسات الأردنية (المحلية) التي بحثت في مجال الاتجاهات والتطورات المستقبلية في مؤسسة ما، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الأولى التي تناولت مجال الاتجاهات، حيث أن الدراسات الأخرى ركزت على وظائف العلاقات العامة، دون الأخذ بأهمية اتجاهات الجمهور

ودرست الأدوات وهنالك دراسة وحيدة لتحسين منصور درست الاتجاهات ولكن من وجهة نظر الإدارة العليا في ممارسة العلاقات العامة .

4) هنالك تنوع كبير في المجالات التي تم تطبيق نماذج العلاقات العامة وأدوارها حيث استخدمت الشركات، والمنظمات الحكومية والأجهزة الإدارية والجامعات، وجاءت هذه الدراسة تدرس المجال الأمني ونلحظ ندرة الدراسات التي تناولت المجال الأمني واتجاهات جمهوره الداخلي والخارجي وتناولت هذه الدراسة الجهاز الأمني للكشف عن أهمية جهاز العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية وأهمية دوره في تكوين الصورة الايجابية عن الجهاز داخل وخارج المؤسسة .

5) استخدمت معظم الدراسات السابقة منهج المسح لدراسة وظائف وادوار العلاقات العامة، وجاءت هذه الدراسة مستخدمة المنهج الوصفي التحليلي إلى جانب إجراء المقابلات المتعمقة مع ممارسي العلاقات العامة .

6) تنوعت السمات الخاصة بأفراد عينه الدراسات السابقة، حيث تم تطبيق معظمها على ممارسي العلاقات العامة من وحدات الأجهزة الإدارية، إلى جانب قيام عدة دراسات بالتطبيق على مديري ومسؤولي العلاقات العامة، وتناولت هذه الدراسة السمات الخاصة بأفراد عينه الدراسة من حيث العاملين في الجهاز الأمني وتأثير ممارسي العلاقات العامة على اتجاهاتهم.

القسم الثاني: الدراسات العربية

1) **دراسة (عبد السلام، حنان،2002)** دراسة بعنوان" العوامل المؤثرة على العاملين في العلاقات العامة، (دراسة تطبيقية على عينة من المنظمات الإنتاجية والخدمية في مصر)، واستهدفت هذه الدراسة التعرف على العوامل المؤثرة على العاملين في العلاقات العامة، وكيف يتم اختيارهم وتقويم أدائهم، واعتمدت الباحثة على مناهج المسح المقارن – تحليل النظم

لنماذج المدخلات والتشغيل والمخرجات- دراسة عدد من العلاقات الارتباطية، وذلك للتطبيق على عينات قوامها (182) عاملا في العلاقات العامة- (33) رئيسا لوحدات العلاقات العامة (200) من الجماهير التي تتعامل مع العلاقات العامة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

1- وجود علاقة ارتباطيه دالة بين معرفة المبحوثين للأهداف التنظيمية واتجاهاتهم نحوها ومستوى أدائهم في كل المنظمات الإنتاجية والخدمية.

2- دور العوامل المحيطة بالعاملين على التأثير بروحهم المعنوية وبمستوى أدائهم الوظيفي.

2) **دراسة (الشماخي، خميس، 2000-2001)** دراسة بعنوان "تقييم أداء دوائر العلاقات العامة الحكومية في سلطنة عمان من وجهة نظر مديري الدوائر الأخرى"، وهدفت الدراسة الى تحقيق عدة أهداف يمكن تخليصها في الآتي، الوقوف على أداء دوائر العلاقات العامة في وزارات الخدمة المدنية في سلطنة عمان. والتعرف على الوسائل والأساليب المتبعة في عمل العلاقات العامة في سلطنة عمان، وقياس مدى سرعة واستجابة العلاقات العامة في توفير الخدمة للجمهور الداخلي والتعرف على مدى تأثير العوامل المادية في أداء العلاقات العامة، وقياس تأثير العوامل الشخصية (العمر، الجنس، المؤهل العلمي، الالتزام الأخلاقي) على مستوى أداء العلاقات العامة، وتقديم بعض التوصيات للمساهمة في رفع أداء وحدات العلاقات العامة بتأكيد نقاط القوة وإبرازها ، واقتراح الحلول المناسبة لمعالجة نقاط الضعف فيها. وجاءت نتائج الدراسة على النحو التالي:

1) إن مستوى أداء دوائر العلاقات العامة في سلطنة عمان متوسط على أساس مقياس ليكرت الخماسي.

2) إن متوسط أداء دوائر العلاقات العامة في سلطنة عمان على مقياس ثلاثي (ممتاز، متوسط ، ضعيف) إذ جاءت إجابات عينة البحث متوسطة بنسبة (61%).

3) إن دوائر العلاقات العامة لا تستخدم الأساليب والأدوات الحديثة في أداء إعمالها من هذه الأساليب والأدوات (إصدار نشرة دورية، واستخدام شبكة الانترنت، واستخدام الحاسب الآلي وغيره)، وأنه كلما زادت سنوات الخبرة لدى العاملين في العلاقات العامة كان مستوى خدماتهم للعاملين بالوزارة أفضل.

3) **دراسة (الفيشاني، عبدالملك، 2000)** دراسة بعنوان " تقييم أداء وحدات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية في الجمهورية اليمنية "دراسة ميدانية"، وهدفت الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية، التعرف على مدى ممارسة وحدات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية اليمنية للوظائف العلمية للعلاقات العامة، والتعرف على المشكلات المالية والبشرية التي تعاني منها وحدات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية اليمنية، ومعرفة المكانة التنظيمية لوحدات العلاقات العامة في الهياكل التنظيمية للوزارات الحكومية اليمنية، والتعرف على المراكز الوظيفية للعاملين في تلك الوحدات والتعرف على مدى اهتمام قيادات الوزارات الحكومية في الجمهورية اليمنية في العلاقات العامة، والتعرف على أهداف تلك الوحدات، والتعرف على مدى استفادة وحدات العلاقات العامة في الوزارات الحكومية اليمنية من الاستشارة الخارجية في مجال العلاقات العامة، وتقديم المقترحات التي من شأنها أن تساهم في تطوير وتفعيل وظيفة العلاقات العامة في الوزارات الحكومية اليمنية، وتقديم الحلول للمشكلات التي تعاني منها، بما يتناسب والتطورات السياسية والاقتصادية والثقافية التي طرأت على المجتمع اليمني بصورة خاصة، وعلى المجتمعات الأخرى بصورة عامة، رغم الاختلاف والتباين النسبي بين المجتمع اليمني وتلك المجتمعات، لأسباب متعددة لا يعد ذكرها وتحديدها من أهداف هذه الدراسة.

وأظهرت نتائج الدراسة:

1) إن هنالك تدنياً في درجة ممارسة وحدات العلاقات العامة الوزارات الحكومية اليمنية لوظيفة البحث وقياس اتجاهات الرأي العام.

2) وحدات العلاقات العامة لا تقوم بالتخطيط الطويل والمتوسط المدى، تدني العلاقات العامة بممارستها لوظيفة الاتصال وفقا للأسس العلمية، وعدم استخدامها لأغلب وسائل الاتصال وتجاهلها الإفادة من وسائل وتكنولوجيا الاتصال الحديثة والتقليدية.

3) تجاهل العلاقات العامة وظيفة التقويم في أنشطتها.

4) وأظهرت الدراسة عدم اهتمام القيادات العليا في الوزارات الحكومية بالعلاقات العامة بدرجة كافية، أكدت الدراسة شح الموارد المالية المخصصة لوحدات العلاقات العامة، وقلة الكوادر الكافية التي يتوافر فيها التخصص في المجال ذاته.

4) دراسة (تركي، فروق، 1998) دراسة ميدانية بعنوان " دور العلاقات العامة في تحقيق الرضا الوظيفي دراسة تطبيقية على العاملين بالخطوط السعودية "، على عينة عشوائية بسيطة قوامها 808 مبحوث في المملكة العربية السعودية. وجاءت أهم النتائج:

1) تشكل العلاقات الداخلية الجيدة بين المنشأة والعاملين المورد الحقيقي الذي تنبع منه الانطباعات الجيدة عن المنشأة .

2) احتلت المجلات والنشرات المقام الأول بالنسبة لوسائل اتصال العلاقات العامة من وجهة نظر المبحوثين.

3) تعتبر مشاركة العاملين في مختلف أدوار منشأتهم السبيل لرفع الروح المعنوية للعاملين، وأن كلما كان الرئيس المباشر مدركاً تماماً لجوانب عمله الفنية عادلا وريحا مع مرؤسية ويقدّر

جهودهم ويبرزها أمام الإدارة العليا، ويتعاطف مع مشاكلهم، كلما استطاع أن يكسب حب مرؤسية ورضاهم.

4) وتؤكد النتائج الواردة في الدراسة أن نسبة رضا العاملين عن مؤسسة الخطوط السعودية بلغت 83%.

5) وتشير نتائج الدراسة إلى أهم عوامل عنصر الرضا عن الوظيفة في توفير مركز اجتماعي مرموق بنسبة 77%، وأما بالنسبة لتقديم الشكاوى والمقترحات: صندوق الاقتراحات والشكاوي 46، الرؤساء المباشرين 43، المدير العام 31.، وركزت هذه الدراسة على أهمية العلاقة الجيدة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي وما تعكسه هذه العلاقة من انطباع ايجابي عن المؤسسة، وأشارت إلى أهمية استخدام وسائل الاتصال المختلفة لإيصال المعلومات والأخبار إلى موظفيها، وارتباط مشاركة العاملين بالأنشطة برفع روحهم المعنوية وأدائهم الوظيفي، أكدت على أهمية التواصل بين الإدارة العليا والعاملين فيها .

5) **دراسة (بركات، سعود، 1989)** دراسة ميدانية بعنوان "دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في المملكة العربية السعودية" دراسة تطبيقية على المؤسسة العامة للبترول والمعادن (بترومين، على عينة من العاملين في المؤسسة العامة للبترول والمعادن بترومين بهدف الوصول إلى نظرة متعمقة وشاملة لرأيهم وادراكتهم عن نشاط العلاقات العامة بهذه المؤسسة والعوامل المؤثرة في هذا الرأي وذاك الإدراك . وجاءت أهم نتائج الدراسة:

1) إن هناك علاقة ارتباط بين تبعية أجهزة العلاقات العامة للإدارة العليا وبين قيامها بإجراء وقياسات للرأي العام.

2) نسبة استخدام الطرق المختلفة لمعرفة الرأي العام من جانب اجهزة العلاقات العامة التي تتبع الإدارة العليا أعلى في جميع الحالات من نسبة أجهزة العلاقات العامة التي تستخدم هذه الطرق وتتبع مستويات إدارية أقل.

3) إن أجهزة العلاقات العامة التي تتبع الإدارة العليا تستطيع تحقيق أهداف المنظمة والاتصال بجماهيرها الداخلية والخارجية وتحسن صورتها الذهنية نتيجة للتنسيق المتكامل مع الإدارة العليا، وركزت هذه الدراسة على تنوع الأساليب الاتصالية في المؤسسة وأهميتها، وعلى ضرورة متابعة الإدارة العليا لرغبات وآراء جمهورها نحو ما تقدمه من برامج وخدمات ودورها في إبراز الصورة الايجابية عن المؤسسة .

6) دراسة (شعبان، حمدي ،1986م) دراسة تحليلية وميدانية بعنوان "دور العلاقات العامة في تغير الصورة الذهنية المنطبعة عن قطاع الشرطة في مصر، على عينة عشوائية من مديري العلاقات العامة في مديريات الأمن وكذلك وحدات العلاقات العامة في المراكز والأقسام. وجاءت أهم النتائج:

1) تعميم تجربة وحدات العلاقات العامة في أقسام ومراكز الشرطة بنسبة 70% من مديريات الأمن ولا تخفى أهمية هذا القرار على أقسام ومراكز الشرطة بما يأتي بنتائج إيجابية في العلاقة بين الشرطة والجماهير.

2) هناك غموض في العلاقات بين رؤساء العلاقات العامة في مديريات الأمن وضباط العلاقات العامة بأقسام ومراكز الشرطة التابعة لهذه المديريات.

3) هناك خلط واضح في أذهان رؤساء العلاقات العامة بمديريات الأمن بين أهداف ووظائف العلاقات العامة الذي يفرض ضرورة تلقي هؤلاء الضباط لدراسات تنشيطية في العلاقات العامة وممارساتها، وقد تركزت أهداف العلاقات العامة بمديريات الأمن على

عمليات الاتصال الخارجي. أشارت الدراسة إلى أن هناك اهتماماً بأعمال التسهيلات بإدارة العلاقات العامة ، صورة الشرطة في أذهان الجماهير حسنة بنسبة 70% من آراء المبحوثين .

وركزت هذه الدراسة على أهمية وجود عاملين مدربين ومؤهلين في قسم العلاقات العامة، على ضرورة تقديم الندوات التدريبية لتأهيلهم وتدريبهم ورفع الوعي بمفاهيم العلاقات العامة، وضرورة توضيح وتقسيم المسؤوليات في قسم العلاقات العامة ومعرفة نوع العلاقة التي تربط العاملين يبعضهم والاهتمام بالتنسيق بين أقسام المديريات.

7) دراسة (صادق، كريمان،1984م) دراسة وصفية تقويمية بعنوان "العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي " على عينة من المنشأت في قطاعي الصناعة والتامين. واستخدمت الباحثة أسلوب مسح أساليب الممارسة في عينة من الشركات في قطاعي الصناعة التأمين كما استخدمت مسح الرأي العام لدى العاملين بهذه الشركات واختارت ثلاث قطاعات صناعية وهي :

1) قطاع الصناعات الغذائية
2) قطاع الصناعات الكيماوية
3) قطاع الصناعات المعدنية.

واختارت الباحثة ثلاث شركات وهي:

1) شركة النصر للزجاج والبلور
2) الشركة الشرقية للدخان والسجائر
3) شركة الدلتا الصناعية (ايديال)

وطبقت الدراسة على عينة طبقية عشوائية من المبحوثين باستخدام أسلوب التوزيع المتساوي على الطبقات الثلاثة، وجاءت أهم نتائج الدراسة:

1) ترتفع نسبة العاملين الذين لا يعرفون بوجود جهاز العلاقات العامة في المنشأة في قطاعي الصناعة عنها في قطاعي التأمين حيث تبلغ 13,8% في عينة المبحوثين في قطاع الصناعة بينما تنخفض إلى 3,4%في قطاع التأمين.

2) معرفة العاملين بوجود جهاز العلاقات العامة في المنشأة معرفة شكلية لا تنبع من الوجود الحقيقي للعلاقات العامة وخدماتها للعاملين.

3) الانخفاض الملحوظ في نسبة عقد الاجتماعات بين الإدارة العليا والعاملين لحل مشاكل العاملين وتفسير قرارات الإدارة العليا لها.

4) تنخفض نسبة استخدام الرسائل الشخصية كوسيلة اتصال بالعاملين وخاصة في قطاع التأمين حيث بلغت نسبة استخدامها 10,3% فقط من عينة المبحوثين، واهتمت هذه الدراسة بأهمية التعرف على مفهوم العلاقات العامة وطبيعة عملها، وعلى أهمية التواصل ومعرفة رغبات وشكاوي الجمهور الداخلي والمتابعة المستمرة لمعرفة آرائهم للتغيير من سياسة المؤسسة لتحقيق الأهداف التي تحقق مصلحة المؤسسة وجمهورها في آن واحد .

8) دراسة (عزت، هدى، 1981) دراسة ميدانية بعنوان"قياس فعالية برامج العلاقات العامة دراسة تقويمية تجريبية على بعض المنشأت في مصر" ، على عينة من العاملين في شركتى سيد ومصر للتأمين. وجاءت أهم النتائج:

1) يركز مفهوم الصورة الذهنية للمنشأة لدى عينة المبحوثين في شركتى سيد للأدوية ومصر للتأمين في سمعة المنشأة.

2) يعد مستوى السلعة أو الخدمة التي تقدمها المنشأة في مقدمة العوامل التي تؤثر على الانطباعات والاتجاهات نحوها.

3) ويرى 57,7%من المبحوثين أن جهاز العلاقات العامة هو الأجدر في تشكيل الصورة الذهنية للمنشأة وتدعيمها وتقديمها، وتزيد هذه الرؤية وضوحاً لدى شركة سيد عنها في شركة مصر للتأمين.

4) هناك اختلاف في مفهوم الصورة الذهنية للمنشأة لدى كل من الإدارة العليا والتنفيذية وجهاز العلاقات العامة في شركة سيد، وأن اتجاهات عملاء أية شركة إنما تتأثر بعوامل معينة أكثر من غيرها.

5) تتصدر الإعلانات الإعلامية غير التجارية التي تستهدف التعريف بنشاط الشركة ومكانتها المرتبة الرابعة من الأهمية النسبية على مستوى متوسط الاتجاه العام بوزن نسبى 9,8%.، ويأتي الأطباء والصيادلة في مقدمة الجماعات التي تعد شركة سيد مسئولة اجتماعيا تجاهها.

6) وجود ارتباط طردي قوى بين آراء ووجهات نظر عملاء شركة سيد وعملاء شركة مصر للتأمين في تقديرهم للأهمية النسبية للعوامل التي تؤثر على الانطباعات والاتجاهات نحو الشركة، ويدل على ذلك أن تأثير هذه العوامل على عملاء شركة ما لا يختلف اختلاف كبير باختلاف طبيعة نشاط الشركة.

كشفت الدراسة على أهمية الدور الذي يقوم به قسم للعلاقات العامة في المؤسسة في بلورة الصورة النهائية للمؤسسة وتشكيل الانطباع الايجابي او السلبي عنها ، وعن دور العوامل المحيطة بالجمهور الداخلي والخارجي في زيادة التأييد والثقة والتحفيز على العمل .

6) **دراسة (الشناوي ، فرح ،1980) ميدانية بعنوان** " قياس الاتجاهات نحو وظيفة العلاقات العامة في مصر "، واستهدفت التعرف على اتجاهات مستويات مهنية ومئوية مختلفة تمثل إدارة العليا ومديري العلاقات العامة في أجهزتها والجماهير الداخلية والخارجية تجاه العلاقات العامة في مصر، وقام الباحث بإتباع أسلوب العينة –الاستثمار –التعاوني) في مصر والتي بلغ عدد مفردات وحدتها – العشوائية الطبقية الممثلة للقطاع الحكومي – الخاص 120 مبحوثاً وقام الباحث بعد ذلك بأخذ عينة المبحوثين داخل كل مفردة من المنشآت المختارة طبقا لنوعية المبحوثين . وجاء ت أهم نتائج الدراسة :

1) تزايد نسبة الاتجاه العام لموافقة المستويات المهنية والفئوية للعينة فأساليب ممارسة العلاقات العامة في مصر لا تزال أساليب مختلفة تصل إلى 87,3% من العينة.
2) تزايد نسبة رفض الاتجاه الخاص بأن جهود العلاقات العامة بعيدة عن الموضوعية بين مختلف المستويات المهنية والفئوية للعينة حيث وصلت نسبة الرفض إلى 67,6%.
3) تزايد نسبة رفض الاتجاه الخاص بأن وظائف العلاقات العامة غامضة وغير محددة بين مختلف المستويات المهنية والفئوية للعينة والذي وصلت نسبته إلى 65,3%، يجمع 88%من المستويات المهنية والفئوية للعينة على أن مفهوم العلاقات العامة في مصر غير واضح حتى الآن .
4) بلغ إجمالي الموافقة المهنية والفئوية للعينة أن نجاح العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي للمنشأة (العاملين) أهم من نجاحها مع الجمهور الخارجي للمنشأة 45,9%. واهتمت الدراسة بتنوع الأساليب المستخدمة في العلاقات العامة، والى أهمية العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي، والى وجود غموض في معرفة مفهوم العلاقات العامة والمهام المنوطه بها.

التعليق على الدراسات العربية السابقة

1) ركزت الدراسات العربية على وظيفة العلاقات العامة والصورة الذهنية للمؤسسات ودور العلاقات العامة والعوامل المؤثرة على العاملين وبرامج العلاقات العامة، وتناولت هذه الدراسة قياس اتجاهات الجمهور الداخلي في الأجهزة الأمنية نحو وظيفة العلاقات العامة وما هي الطرق لتطويرها والأساليب المستخدمة لوصول المعلومات لجمهورها.

2) استخدمت الدراسات السابقة مجتمعات متنوعة للدراسة منها في المنشآت الصناعية وأخرى في قطاع الشرطة إلى جانب المؤسسات العامة والإنتاجية والخدمية ويلاحظ ندرة دراسة المجتمع في الجهاز الأمني، وجاءت هذه الدراسة منفردة بدراسة المجتمع الداخلي للجهاز الأمني.

3) استخدمت الدراسات العربية الأساليب الوصفية، التقويمية، التجريبية، الميدانية والتحليلية، بينما جاءت هذه الدراسة مستخدمة المنهج الوصفي التحليلي لمعرفة اتجاهات الجمهور الداخلي في مديرية الأمن العام الأردنية إلى جانب استخدام المسح الميداني واستخدام الاستبانة كأداة للدراسة .

4) قلة الدراسات التي تناولت مجال الاتجاهات في الدراسات العربية حيث ركزت أغلبها على أدوار العلاقات العامة ووظائفها وبرامجها، رغم أهمية معرفة اتجاه الجمهور نحو المؤسسة أو المنظمة.

القسم الثالث: الدراسات الأجنبية

1– **دراسة والتر ك. ليندينامون Walter K. LindenMann (2006)** بعنوان "بحوث تخطيط وتقييم العلاقات العامة" – واهتمت هذه الدراسة بتقييم مختلف الأدوات والتقنيات التي يضعها ممارسي العلاقات العامة في الاعتبار عند تصميم وتنفيذ المشاريع البحثية للتخطيط

للعلاقات العامة، وكذلك قياس مدى كفاءة هذه الأدوات في جمع المعلومات التي يحتاجها ممارسو العلاقات العامة للقيام بعملهم على نحو أكثر فعالية. وأظهرت هذه الدراسة عدة نتائج منها :

1) لا يمكن لأحد قياس فعالية الاتصال دون الاعتماد على أهداف محددة وقابلة للقياس، فيما عدا القياس الذي سيعتمد علي بناء معرفة أولي بالأشياء.

2) إن قياس مدى فعالية برامج وأنشطة العلاقات العامة يجب أن يتم من خلال خطوات للحصول علي ربط بين الانجازات والأهداف النهائية للعلاقات العامة وبين الانجازات للمؤسسة ككل.

أوضحت هذه الدراسة الأساليب التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة عند تصميم المشاريع البحثية والأهداف المخطط تنفيذها إذ لابد من وجود ترابط بين البرامج التي توضع والأهداف المرجو تحقيقها لضمان نجاح عمل المؤسسة.

تلحظ الباحثة إلى ندرة وجود الدراسات التي اهتمت بالرؤية المستقبلية للمؤسسة والتطورات التي يمكن القيام بها للنهوض بالمؤسسة.

2- دراسة إيليرا توردبوبيفا Elira Turdubaeva (2005): بعنوان " لمحة عن ممارسات العلاقات العامة في قيرغيستان: العلاقات العامة غرض، بعثة، وظيفة"، سعت هذه الدراسة إلي تحليل ممارسات العلاقات العامة في قيرغيستان والتي لم تقم أي دراسة سابقة بدراستها. واعتمد الباحث في هذه الدراسة علي منهج مسح أساليب الممارسة باستخدام الاستبانة للتطبيق علي عينة من ممارسي العلاقات العامة في (64) مؤسسة في قيرغيستان. وخلصت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

1. التعرف علي مستوى المشاركة من المتخصصين في تطوير العلاقات العامة من أجل وضع إستراتيجية للتسويق والعلاقات العامة بشكل خاص.
2. وإن هناك نقصاً حاداً في المتخصصين والمديرين المؤهلين للعمل في مجال العلاقات العامة نتيجة لعدم امتلاك الكفاءات المهنية والشخصية اللازمة للعمل في هذه المجال.
3. ركزت هذه الدراسة على سبل تطوير العلاقات العامة وعلى المهارات التي يجب أن تتوفر في رجل العلاقات العامة وذلك من أجل العمل عليها وتدريب العاملين غير المؤهلين وللتأكيد على أهمية الخبرة والتأهيل والصفات المهنية في رجل العلاقات العامة وأفادت الدراسة في التعرف على أساليب الممارسة التي اتبعتها العلاقات العامة ولا تزال تتبعها، والقوالب والأشكال الاتصالية التي تعتمد عليها من أجل وضع الاستراتيجيات ورسم الرؤى المستقبلية.

3. **دراسة جابريال أوجيون موكيون Gabriel Ogunmokun (2005)** بعنوان" العلاقات العامة: الممارسات والأداء التنظيمي "، استهدفت هذه الدراسة التعرف علي مختلف الأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة"، والتي يمكن أن تكون ذات صلة بارتفاع أو انخفاض الأداء التنظيمي. وتوصلت هذه الدراسة إلي عدة نتائج أهمها:

1) إن دعم استخدام أدوات العلاقات العامة ذات الصلة بأداء الأعمال وممارستها قد يزيد من مشاركة العلاقات العامة في مختلف مجالات المؤسسة، والذي يؤدي بصفة عامة إلي مستوي أداء أفضل وممارسة أعلى .
2) هنالك اختلافات كبيرة في شكل الأنشطة والطرق التي تستخدمها العلاقات العامة بين الشركات ذات الممارسة عالية الأداء، في مقابل الشركات ذات الممارسة منخفضة الأداء؛ تمثلت إحداها: في المحافظة علي علاقة مناسبة مع المستثمرين .

3) وركزت هذه الدراسة على أهمية وجود الأنشطة المتنوعة في المؤسسة او المنظمة وانعكاسه على الأداء الوظيفي للعاملين ،وكيفية تحفيزهم على العمل والانجاز وتهيئة الروح المعنوية لهم ، وركزت هذه الدراسة علي وجود عجز شديد في الإمكانيات المادية التي تتاح للعلاقات العامة، مما يؤدي إلى النقص الحاد في امتلاك الكفاءات المهنية والشخصية وبالتالي انخفاض الأداء التنظيمي.

4- دراسة سالوت لاين إم وآخرون Sallot Lynne M.& Others (1996) بعنوان "تطوير الأداء المهني في العلاقات العامة " ،واستهدفت هذه الدراسة تقييم مستوى الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة من خلال قياس مدى توافر المعايير التي تشكل أسس الممارسة المهنية السليمة وإلى تم استخدامها لمراجعة التراث العلمي. واعتمدت الدراسة علي منهج المسح لقياس مدى توافر المعايير المستخلصة من أداء الممارسين الفعليين، وذلك باستخدام الاستبانة البريدية للتطبيق علي عينة قوامها (252) مفردة من الممارسين للعلاقات العامة. وجاءت أهم نتائج هذه الدراسة:

1. وجود معايير مستقرة للأداء المهني في مجالات مهارات الكتابة للعلاقات العامة ومهارات التفاوض .
2. وأن أكثر المجالات التي تؤدي إلي قصور في مستوى الأداء المهني ترجع إلى نقص درجة الحرية الممنوحة في العمل وعدم وجود ترخيص لمزاولة المهنة .

5- دراسة جيم ر. ماكنيمارا Jim R. McNamara (1993)، بعنوان " رؤية موضوعية لاستخدام التقييم والبحوث التكوينية في العلاقات العامة "، وسعت هذه الدراسة إلي تقييم العلاقات العامة لدي ممارسيها بالنظر إلي التفاوت الواسع بين المواقف الداعمة لها

وتطبيقاتها الفعلية، وكذلك قياس اتجاه استجابة العلاقات العامة نحو المساءلة وإدارة الطلبات المتزايدة . وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

1. إن مدراء العلاقات العامة يحتاجون إلى فهم أوسع لبحوث العلاقات العامة ليكونوا قادرين علي العمل في البيئة التنظيمية التي ظهرت منذ بداية الألفية الجديدة .
2. إن ممارسي العلاقات العامة يحتاجون في ممارساتهم إلى فهم معتدل علي الأقل لنظرية الاتصال.

التعليق على الدراسات الأجنبية السابقة

1) ركزت الدراسات الأجنبية على ممارسات العلاقات العامة وأخلاقيات ممارسيها وتقييم الأداء المهني ووظائف العلاقات العامة.
2) قلة الدراسات التي تناولت المجال الأمني في دراساتها وهذا ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات الأخرى كونها تناولت قياس الاتجاهات والمجال الامني .

المحور الثامن: مصطلحات ومفاهيم الدراسة

الاتجا: "تنظيم متكامل من المفاهيم والمعتقدات والعادات والتقاليد والدوافع والميول السلوكية". (اللوزي، موسى، 2010).

ويعرّف إجرائيا بأنه عبارة عن موقف الجمهور الداخلي نحو وظيفة العلاقات العامة في مديرية الأمن العام الأردنية بكل تفاصيله .

العلاقات العامة: "عرّف معهد العلاقات العامة البريطاني العلاقات العامة بأنها الجهود الإدارية المخططة والمستمرة التي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بين المنشأة وجمهورها". (جودة، محفوظ أحمد ،2007)

وتعرف إجرائيا بأنها وظيفة إدارية تقوم على إقامة الصلات الطيبة بين المؤسسة وجمهورها وتكوين السمعة الحسنة للمؤسسة، وتقوم بدراسة اتجاهات واهتمامات الجمهور، لتحقيق التأييد وكسب ثقة الجمهور من خلال هذه الدراسات، وإقامة البرامج المخططة والمدروسة للمؤسسة لتحقيق التفاهم المنشود بينها وبين جمهورها.

مديرية الأمن العام: مفهوم مديرية الأمن العام الأردنية إجرائيا: هي منظمة إدارية أمنية تتكون من رجال ونساء يعملون من اجل الحفاظ على أمن الوطن والمواطن وتقديم الخدمة لكل فرد في المجتمع ، ولتحقيق المساواة وتطبيق القانون والتشريعات، ومديرية الأمن العام في هذا البحث هي مديرية الأمن العام الأردنية.

الجمهور الداخلي: "كافة الموظفين والعمال الذين يعملون في داخل المنظمة ".(العلاق، بشير، 2009).

ويعرف إجرائيا بأنهم العاملون داخل المنظمة، وهم هنا ضباط وضباط الصف والأفراد في مديرية الأمن العام الأردنية.

الفصل الثالث

نتائج الدراسة الميدانية

المبحث الأول : منهجية الدراسة

حدود الدراسة

حددت الدراسة بالحدود التالية :

1) العاملون في مديرية الأمن العام الأردنية، من ضباط وضباط الصف والأفراد، لعام 2013.
2) أداة الدراسة المتمثلة في الاستبانة المعدة لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها .
3) النتائج التي تم الحصول عليها.

نوع الدراسة ومنهجها

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة، وهي اتجاهات الجمهور الداخلي في مديرية الأمن العام الأردنية نحو وظيفة العلاقات العامة، وتعتمد على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي. وفي إطار هذا المنهج تم استخدام أسلوب المسح الميداني،من خلال استبانه وزعت على عينة من العاملين.

مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من ضباط وضباط الصف والأفراد العاملين في مديرية الأمن العام الأردنية (الجمهور الداخلي)، وقد تم توزيع (300) استبانه واسترجاع (270) استبانه صالحة للتحليل الإحصائي بنسبة مئوية (90%) من الاستبانات الموزعة، وتم اختيار العينة عن طريق العينة الصدفية وفقا لما تم السماح به.

أداة الدراسة

تم استخدام الاستبانة أداة بحثية للدراسة، لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، والاستبانة هي "مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنين بالبريد أو يجري تسليمها باليد، تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها" (أبراش، 2009م، 269). وذلك وفقا للأصول العلمية، وبما يتناسب مع أسئلة الدراسة، وقد تكونت الاستبانة من عدة محاور وهي:

المحور الأول: سمات عينة الدراسة (النوع، العمر، المستوى التعليمي، الرتبة).

المحور الثاني: وجهة نظر الجمهور الداخلي في فعالية جهاز العلاقات العامة ومدى تمشية مع أهداف مديرية الأمن العام.

المحور الثالث: الوسائل الإتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف بمديرية الأمن العام .

المحور الرابع: اتجاهات الجمهور الداخلي نحو طبيعة أداء وفعاليات إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام.

المحور الخامس: وجهة نظر الجمهور الداخلي للمشاكل والصعوبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام، وكيفية تفعيل أدائها.

الثبات

بهدف التأكد من ثبات أداة الدراسة، تم تطبيقها مرتين بفارق زمني أسبوعين على عينة استطلاعية مكونة من (15) مفردة في جهاز الأمن العام، وحساب معامل الارتباط بين التطبيقين لاستخراج ثبات الإعادة (Test. R.test)، كما تم تطبيق معادلة كرونباخ ألفا للتأكد من الاتساق الداخلي لأداة الدراسة، جدول (1) يوضح ذلك.

جدول (1)

معاملات ثبات أداة الدراسة بطريقتي (ثبات الأعادة، وكرونباخ ألفا)

المحور	ثبات الاعادة	كرونباخ ألفا
فعالية جهاز العلاقات العامة ومدى تمشيها مع أهداف مديرية الأمن العام	0.84	0.82
وجهة نظر الجمهور لوظيفة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام	0.86	0.80
أداء ومهام ممارسي العلاقات العامة بمديرية الأمن العام	0.80	0.90
الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف بمديرية الأمن العام	0.79	0.81
درجة استخدام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام للوسائل الاتصالية وتكنولوجيا الاتصال في التعامل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط صف	0.86	0.82
اتجاهات الجمهور الداخلي نحو طبيعة أداء وفعاليات إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام	0.90	0.89
الأداة ككل	**0.89**	**0.87**

يظهر من الجدول (1) أن معاملات الثبات بطريقة الإعادة (Test. Retest) لجميع محاور الدراسة تراوحت بين (0.79 – 90) كان أبرزها "اتجاهات الجمهور الداخلي نحو طبيعة أداء وفعاليات إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام"، وأدناها محور "الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف بمديرية الأمن العام" ، أما بالنسبة لمعاملات الثبات بطريقة كرونباخ الفا فقد تراوحت بين (0.81 – 0.90)، كان أبرزها لمحور أداء ومهام ممارسي العلاقات العامة بمديرية الأمن العام، وأدناها لمحور "الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف بمديرية الأمن العام، وبلغ معامل الثبات للأداة ككل بطريقة الإعادة (0.89)، وبطريقة كرونباخ ألفا (0.87)، وهي قيم مقبولة لأغراض تطبيق الدراسة وتعميم النتائج، حيث تعتبر قيمة الثبات مقبولة اذا زادت على (0.70).

المعالجة الإحصائية

للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار الفرضيات تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الشخصية وإجابات المبحوثين – محل الدراسة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين – محل الدراسة عن جميع مجالات أداة الدراسة.
- معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا، للتحقق من ثبات أداة الدراسة.
- اختبار (Independent- sample T.Test) للكشف عن الفروق على متغير الجنس.
- تحليل التباين (ANOVA) للكشف عن الفروق على متغيرات الدراسة.

المبحث الثاني: نتائج الدراسة الميدانية

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج التي تم التوصل إليها، بعد أن قامت الباحثة بالمسح الميدانى على عينة من الجمهور الداخلي بمديرية الأمن العام، حيث تم توزيع (300) استبانة على المبحوثين من الضباط وضباط الصف، واسترجاع (270) استبانة بنسبة استرجاع (90%)، وفيما يلي عرضاً للنتائج ومناقشتها:

أولاً: نتائج الدراسة

المحور الأول: (سمات عينة الدراسة)

فيما يلي وصفا ًلأفراد عينة الدراسة وفقاً لـ (النوع، العمر، المستوى التعليمي، الرتبة من فئات(فئة ضابط، ضباط صف ، وأفراد))، كما يوضح الجدول التالي:

جدول(2)

توزيع أفراد العينة وفقاً للمتغيرات الشخصية

المتغيرات	المستوى	التكرار	النسبة المؤوية
الجنس	ذكر	179	66.3
	أنثى	91	33.7
	المجموع	270	100.0
العمر	أقل من 20 عاماً	6	2.2
	من 20 عاماً –أقل من 30 عاماً	105	38.9
	من 30 عام– أقل من 40 عام	122	45.2
	من 40 عاماً فأكثر	37	13.7
	المجموع	270	100.0
المستوى التعليمي	ثانوية عامة	60	22.2
	دبلوم متوسط	45	16.7
	بكالوريوس	156	57.8
	دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه)	9	3.3
	المجموع	270	100.0

المتغيرات	المستوى	التكرار	النسبة المؤوية
الرتبة (فئة ضابط)	ملازم ثاني	170	63.0
	ملازم أول	26	9.6
	نقيب	30	11.1
	رائد	21	7.8
	مقدم	11	4.1
	عقيد	8	3.0
	عميد	4	1.5
	المجموع	270	100.0
الرتبة (فئة ضباط صف والأفراد)	شرطي	100	37.0
	عريف	15	5.6
	رقيب	26	9.6
	وكيل	62	23.0
	وكيل أول	67	24.8
	المجموع	270	100.0

- يتضح من بيانات الجدول رقم (2) ما يلي :

- فيما يتعلق بنوع المبحوثين، يتضح أن عدد الذكور بلغ (179) وبنسبة مئوية (66.3) بينما عدد الإناث بلغ (91) وبنسبة مئوية (33.7).

- وفيما يتعلق بالعمر؛ يظهر من الجدول أن معظم عينة الدراسة هي من الفئة العمرية (من 30 عاماً– أقل من 41 عاماً) بنسبة مئوية (45.2%)، وجاء بعده الفئة (من 20 عاماً – أقل من 30 عاماً) بنسبة (38.9%).

- يلاحظ مما سبق أن الفئة العمرية (من 30 عاماً – أقل من 41 عاماً) شكلت النسبة الأعلى من عينة الدراسة هي فئة الشباب المنتجة في المجتمع وهي الأكثر ، تم تليها الفئة العمرية من (20 عاماً –أقل من 30 عاماً) بنسبة 38.9 % ، وأخيرا جاءت الفئة (أقل من 20 عاماً) بنسبة (2. 2%).

- وفيما يتعلق بالمستوى التعليمي فقد بلغت النسبة المئوية للمستوى التعليمي بكالوريوس (57.8%) وهي النسبة الأعلى في مفردات العينة، وقد شكلت أكثر من نصف نسبة مفردات العينة، وجاء بعده المستوى التعليمي (ثانوية عامة) بنسبة مئوية (22.2) ، وأخيرا تأتي فئة الدراسات العليا (ماجستير ودكتوراه) بنسبة مئوية تساوي (3.3%).

- ويمكننا تفسير ذلك إلى أن فكرة التعليم الجامعي كانت وما تزال منتشرة في الأردن بالإضافة إلى أن الأمن العام أصبح يشترط أن يكون من يرغب في الالتحاق بالسلك الأمني أن يكون حاصلا على شهادة علمية لا تقل عن ثانوية عامة ، وفيما يتعلق بالنسبة الأقل وهي فئة الدراسات العليا يمكن القول إن السبب يعود إلى أن الفرد لا يفكر جديا في رفع مستواه العلمي بعد أن يحصل على وظيفة حكومية ويضمن راتبا يمكنه من العيش .

- وفيما يتعلق بمتغير الرتبة يلاحظ من الجدول أن أبرز فئة هي (فئة ضابط) لفئة (ملازم ثاني) بنسبة مئوية (63.0)، وجاءت بعدها (نقيب) بنسبة مئوية (11.1)، ومن ثم (ملازم أول) بنسبة (9.6)، وتليها (رائد) بنسبة (7.8) ، ومن ثم (مقدم) بنسبة (4.1) وبعدها (عقيد) بنسبة (3.0) ، وأخيرا (عميد) بنسبة (1.5) .

- ويظهر من الجدول أن أبرز فئة هي (الأفراد) وهي رتبة (شرطي) بنسبة مئوية (37.0)، وجاءت بعدها ضابط صف (وكيل أول) بنسبة مئوية (24.8)، وتليها رتبة الأفراد+ وكيل بنسبة مئوية (23.0) ، وتليها (رقيب) بنسبة مئوية (9.6) وأخيرا (عريف) بنسبة (5.6).

- وتعد هذه النسب نسبا منطقية، حيث إنها تتوافق مع طبيعة توزيع الفئات العمرية على مفردات العينة .

المحور الثاني: وجهة نظر الجمهور الداخلي في فعالية جهاز العلاقات العامة ومدى تمشيها مع أهداف مديرية الأمن العام

(أ): أهمية وجود إدارة علاقات عامة متخصصة داخل مديرية الأمن العام:

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات عينة الدراسة لمعرفة أهمية وجود علاقات عامة متخصصة داخل مديرية الأمن العام.

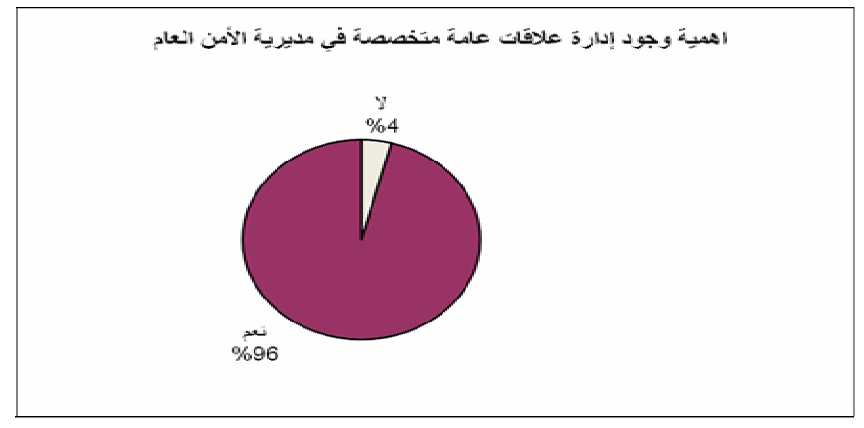
جدول رقم (3)

أهمية وجود إدارة علاقات عامة متخصصة داخل مديرية الأمن العام

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
نعم	259	95.0
لا	11	4.1
المجموع الكلي	270	100.0

- ويظهر من الجدول (3) فيما يتعلق بأهمية لوجود إدارة علاقات عامة متخصصة داخل مديرية الأمن العام ، أن إجابة (نعم) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة مئوية (95.0)، وجاءت بعدها الإجابة (لا) بنسبة مئوية (4.1) ، ويعزى ذلك إلى أهمية وجود قسم للعلاقات العامة في كل مؤسسة لما لها من دور ايجابي في الربط بين الجمهور والمؤسسة وإبقائهم على اتصال واطلاع بأخبار المؤسسة .

الشكل رقم (7) يوضح أهمية وجود إدارة علاقات عامة متخصصة في مديرية الأمن



(ب) أسباب أهمية لوجود إدارة علاقات عامة متخصصة داخل مديرية الأمن العام الأردنية

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات عينة الدراسة لمعرفة وجهة نظر الجمهور لأهمية وجود علاقات عامة متخصصة داخل مديرية الأمن العام.

جدول رقم (4)

أسباب أهمية وجود إدارة علاقات عامة متخصصة داخل مديرية الأمن العام

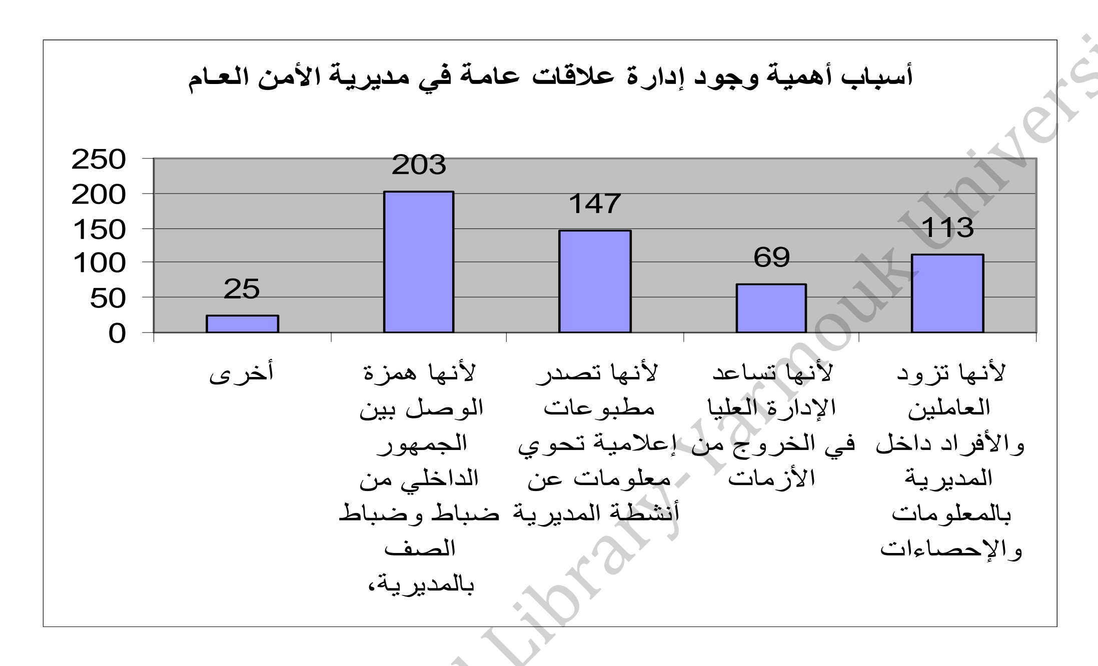
جوانب الأهمية	العدد	النسبة المئوية
لأنها تزود العاملين والأفراد داخل المديرية بالمعلومات والإحصاءات	113	41.0
لأنها تساعد الإدارة العليا في الخروج من الأزمات	69	25.0
لأنها تصدر مطبوعات إعلامية تحوي معلومات عن أنشطة المديرية	147	54.0
لأنها همزة الوصل بين الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف والأفراد بالمديرية، وبين جمهورهاالخارجي.	203	75.0
أخرى	25	9.0

* (يمكن اختيار أكثر من بديل).

- وفيما يتعلق بأسباب أهمية وجود إدارة علاقات عامة متخصصة داخل مديرية الأمن العام يظهر من الجدول (4) أن سبب (لأنها همزة الوصل بين الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف والأفراد بالمديرية، وبين جمهورها الخارجي.) حصل على أعلى نسبة مئوية بلغت (75.0)، وجاءت بعدها الإجابة (لأنها تصدر مطبوعات إعلامية تحوي معلومات عن أنشطة المديرية) بنسبة مئوية (54.0)، وتليها لأنها تزود العاملين والأفراد داخل المديرية بالمعلومات والإحصاءات بنسبة مئوية (41.0)، ومن ثم لأنها تساعد الإدارة العليا في الخروج من الأزمات بنسبة (25.0) ، ويمكننا تفسير حصول السبب (لأنها همزة الوصل بين الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف بالمديرية، والخارجي) على النسبة الأعلى إلى أن العلاقات

العامة هي أساسا عملية اتصال بالجماهير سواء الداخلية أو الخارجية، وعلى أهمية التواصل في نفوس العاملين وتقوية أواصر الثقة بينهم.

الشكل رقم (8) يوضح أسباب أهمية وجود إدارة علاقات عامة في مديرية الأمن العام



(ج) عدم أهمية وجود إدارة علاقات عامة متخصصة للعلاقات العامة بمديرية الأمن العام، من وجهة نظرك.

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات عينة الدراسة لمعرفة وجهة نظر الجمهور لعدم أهمية وجود إدارة علاقات عامة متخصصة للعلاقات العامة بمديرية الأمن العام.

جدول رقم (5)

سبب عدم أهمية وجود إدارة علاقات عامة متخصصة للعلاقات العامة بمديرية الأمن العام

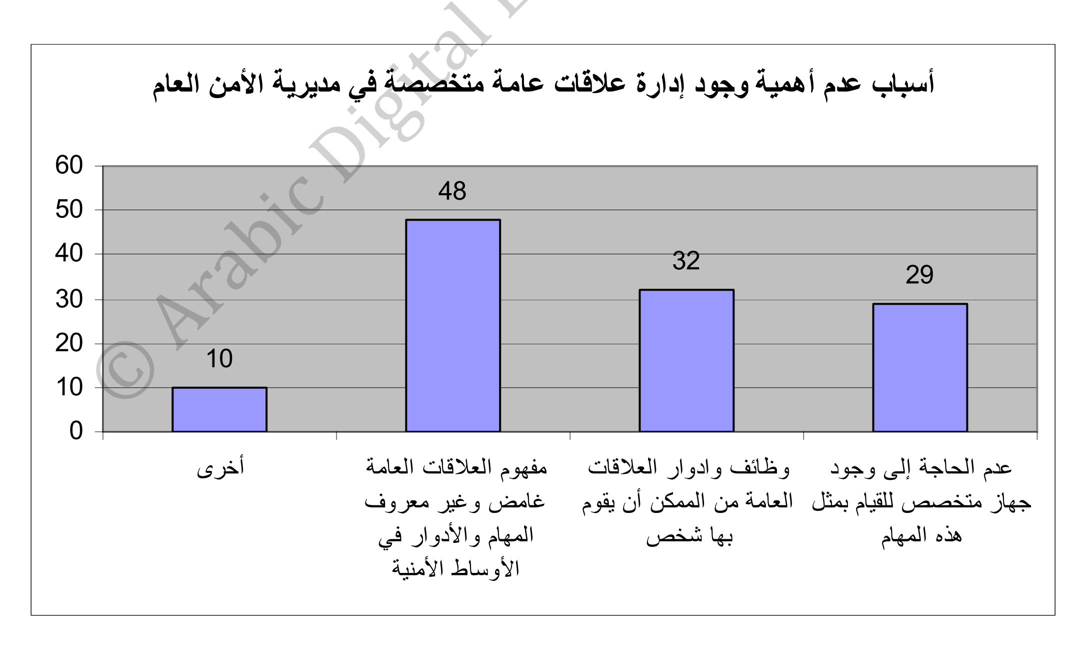
الأسباب	العدد	النسبة المئوية
عدم الحاجة إلى وجود جهاز متخصص للقيام بمثل هذه المهام	29	10.0
وظائف وادوار العلاقات العامة من الممكن أن يقوم بها شخص	32	11.0
مفهوم العلاقات العامة غامض وغير معروف المهام والأدوار في الأوساط الأمنية	48	17.0
أخرى	**10**	**3.0**

* (يمكن اختيار أكثر من بديل).

- وفيما يتعلق بأسباب عدم أهمية وجود إدارة علاقات عامة متخصصة للعلاقات العامة بمديرية الأمن العام، يظهر من الجدول (5) أن (مفهوم العلاقات العامة غامض وغير معروف المهام والأدوار في الأوساط الأمنية) حصل على نسبة مئوية (17.0)، وجاءت بعدها الإجابة بأن (وظائف وادوار العلاقات العامة من الممكن أن يقوم بها شخص) بنسبة مئوية (11.0) ، وفي المرتبة الأخيرة أن (**عدم الحاجة إلى وجود جهاز متخصص للقيام بمثل هذه المهام**) بنسبة مئوية مقدارها (10.0).

ويمكن تفسير ذلك بأن العلاقات العامة لا تصل إلى كافة مرتبات الأمن العام وعدم وضوح نشاطها في أذهان بعض من ضباط وضباط الصف والأفراد، وأنها لا تمارس وظيفة الاتصال بالشكل الكامل والشامل.

الشكل رقم (9) يوضح أسباب عدم أهمية وجود إدارة علاقات عامة في مديرية الأمن العام



جدول رقم (6)

وجهة نظر الجمهور لوظيفة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام

البنود	العدد	النسبة المئوية
تعد العلاقات العامة هي البوابة الرئيسية التي تستعين بها كل الأفراد والأقسام داخل مديرية الأمن العام	127	47.0
يوكل لإدارة العلاقات العامة بالمديرية عدد من المهام، والأدوار التي تتعلق بالاتصال المجتمعي على المستوى الداخلي والخارجي.	219	81.0
يقدم جهاز العلاقات العام بالمديرية المعلومات والتقارير والإحصاءات التي يتطلب من أقسام المديرية للضباط والأفراد.	126	46.0
تقوم إدارة العلاقات العامة بتحسين صورة المديرية في وسائل الإعلام	240	88.0
تعقد إدارة العلاقات العامة بعض المؤتمرات والفعاليات حول الأحداث والقضايا المتعلقة بالمديرية.	176	65.0
تعد إدارة العلاقات العامة همزة الوصل بين الإدارة العليا بالمديرية وجماهيرها الداخلية من ضباط وضباط الصف.	145	53.0
تقوم إدارة العلاقات العامة بالمديرية بتوعية الأمن الداخلي سياسياً وثقافياً وربطهم بالأحداث الراهنة على مختلف الأصعدة.	148	54.0

* (يمكن اختيار أكثر من بديل).

- وفيما يتعلق بوجهة نظر الجمهور لوظيفة العلاقات العامة ، يظهر من الجدول (6) ، أن (إدارة العلاقات العامة تقوم بتحسين صورة المديرية في وسائل الإعلام) حلت المرتبة الأولى بنسبة مئوية (88.0)، وجاءت بعدها الإجابة (يوكل لإدارة العلاقات العامة بالمديرية عدد من المهام، والأدوار التي تتعلق بالاتصال المجتمعي على المستوى الداخلي والخارجي) بنسبة مئوية (81.0)، وتليها (أن إدارة العلاقات العامة تعقد بعض المؤتمرات والفعاليات حول الأحداث والقضايا المتعلقة بالمديرية) بنسبة مئوية (65.0)، وبعدها (تقوم إدارة العلاقات العامة بالمديرية بتوعية الأمن الداخلي سياسياً وثقافياً وربطهم بالأحداث الراهنة على مختلف الأصعدة) بنسبة مئوية(54.0) ، ومن ثم. (تعد إدارة العلاقات العامة همزة الوصل بين الإدارة العليا بالمديرية وجماهيرها الداخلية من ضباط وضباط الصف) بنسبة مئوية (53.0) ، وتليها

(تعد العلاقات العامة هي البوابة الرئيسية التي تستعين بها كل الأفراد والأقسام داخل مديرية الأمن العام) بنسبة مئوية (47.0)، وأخيرا (يقدم جهاز العلاقات العام بالمديرية المعلومات والتقارير والإحصاءات التي يتطلب من أقسام المديرية للضباط والأفراد) بنسبة مئوية (46.0) وهي النسبة الأقل.

ويمكن تفسير هذه النتائج أن العلاقات العامة تقوم بوظيفتها الاتصالية بالمرتبة الأولى وهي الوظيفة الأساسية، ثم تليها وظيفة التنسيق والاتصال وهي أنها تقوم بالتنسيق مع المؤسسات المجتمعية والمواطنين على المستوى الداخلي والخارجي، وعقد المؤتمرات والفعاليات حول الأحداث والقضايا المتعلقة بالمديرية ،وتوعية الأمن الداخلي سياسياً وثقافياً وربطهم بالأحداث الراهنة على مختلف الأصعدة، وأنها همزة الوصل بين الإدارة العليا بالمديرية وجماهيرها الداخلية من ضباط وضباط الصف، تعد العلاقات العامة هي البوابة الرئيسية التي تستعين بها كل الأفراد والأقسام داخل مديرية الأمن العام، وأخيرا أنها تقوم بوظيفة البحث والتخطيط وهذا يتمثل في أن جهاز العلاقات العام بالمديرية يقدم المعلومات والتقارير والإحصاءات التي يتطلب من أقسام المديرية للضباط والأفراد، ويمكن تفسير ذلك على ضعف وظيفة العلاقات العامة في التخطيط والتقييم لأنشطتها وأحداثها .

(د) أداء ومهام ممارسي العلاقات العامة بمديرية الأمن العام

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات مجال أداء ومهام ممارسي العلاقات العامة بمديرية الأمن العام، جدول (6) يوضح ذلك.

وقد تم اعتماد التدريج التالي للحكم على درجة تقدير المتوسط الحسابي:

- متوسط حسابي (أقل من 2.33) درجة تقدير منخفضة.
- متوسط حسابي (2.34 – 3.66) درجة تقدير متوسطة.

- متوسط حسابي (3.67 – 5) درجة تقدير مرتفعة.

جدول (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات التي تقيس أداء ومهام ممارسي العلاقات العامة بمديرية الأمن العام

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	يهتم بكل ما يعرض عليه من الضباط والأفراد من استفسارات وبيانات أو معلومات يرغب الأفراد بمعرفتها.	3.47	1.07	6	متوسطة
2	لديه مهارة واتصالية وإقناعيه في التعامل مع الأفراد والضباط.	3.53	0.99	4	متوسطة
3	له القدرة على اتخاذ القرار المناسب في معالجة بعض القضايا المتعلقة بالجمهور داخل المديرية.	3.53	1.05	4	متوسطة
4	علاقاته مبنية على الثقة والاحترام، واحترام الرأي والرأي الآخر في التعامل مع أفراد الضباط والموظفين داخل المديرية.	3.84	1.07	2	مرتفعة
5	يبتعد عن الروتين والعمل الرسمي ويحاول إيجاد صورة طيبة بين الإدارة العليا بالمديرية والجمهور الداخلي من ضباط وضباط صف.	3.46	1.12	7	متوسطة
6	حريص على إتقان عمله وتقديم صورة طيبة عن جهاز العلاقات العامة أمام الأقسام والأفراد داخل المديرية.	3.89	0.94	1	مرتفعة
7	يعتمد ممارسي العلاقات العامة داخل المديرية على استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة في التواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط صف وفي أداء عمله.	3.60	1.08	3	متوسطة
8	يتنقل وجهة نظر الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف للإدارة العليا بالمديرية للوصول إلى حلول للمشكلات والأزمات.	3.28	1.18	9	متوسطة
9	يحتفظ بعلاقات متوازنة مع كل من الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف، والإدارة العليا بالمديرية.	3.39	1.13	8	متوسطة
	المتوسط العام	**3.55**	**0.82**		**متوسطة**

وفيما يتعلق بأداء ومهام ممارسي العلاقات العامة بمديرية الأمن العام، يتبين من الجدول (7) أن المتوسطات الحسابية للفقرات التي تقيس مدى أداء ومهام ممارسي العلاقات العامة بمديرية الأمن العام تراوحت بين (3.89–3.28)، وكان أبرزها للفقرة رقم (6) التي تنص: "حريص على إتقان عمله وتقديم صورة طيبة عن جهاز العلاقات العامة أمام الأقسام والأفراد داخل المديرية. وجاء "بدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (4) بمتوسط حسابي (3.84) وبدرجة مرتفعة والتي تنص

علـى: " علاقاتـه مبنيـة علـى الثقـة والاحترام، واحتـرام الـرأي والـرأي الآخـر فـي التعامـل مـع أفـراد الضباط والموظفين داخل المديرية"، وجاءت بعدها الفقرة رقم (7) بدرجة متوسطة والتي تنص على "يعتمـد ممارسـو العلاقـات العامـة داخـل المديريـة علـى اسـتخدام الوسـائل الاتـصالية الحديثـة فـي التواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط صف وفي أداء عملـه"، ثم الفقرتين رقم (2) و(3) واللتين تنصان على: "لديه مهارة واتصالية وإقناعيه في التعامل مع الأفراد والضباط". و" له القدرة على اتخاذ القرار المناسب في معالجة بعض القضايا المتعلقة بالجمهور داخل المديرية. ثم الفقرة رقم (1) والتي تنص على "يهتم بكل ما يعرض عليه من الضباط والأفراد من استفسارات وبيانات أو معلومات يرغب الأفراد بمعرفتها " وتليها الفقرة رقم (5) والتي تنص على " يبتعد عن الروتين والعمل الرسمي ويحاول إيجاد صورة طيبة بين الإدارة العليا بالمديرية والجمهور الداخلي من ضباط وضباط صف"، وجاءت الفقرة رقم (9) بدرجة متوسطة أيضا والتي تنص " يحتفظ بعلاقات متوازنة مع كل من الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف والأفراد، والإدارة العليا بالمديرية"، وأخيرا جاءت أقل المتوسطات الحسابية للفقرة رقم (8) التي تنص على " ينقل وجهة نظر الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف للإدارة العليا بالمديرية للوصول إلى حلول للمشكلات والأزمات. " بمتوسط حسابي بلغ (3.28) بدرجة متوسطة.

كما بلغ المتوسط العام للفقرات التي تقيس مدى أداء ومهام ممارسي العلاقات العامة بمديرية الأمن (3.55) وبدرجة متوسطة.

وهذا يعكس أن العلاقات العامة تتمتع بممارستها لوظيفة الاتصال بشكل جيد وأن ممارسيها يقومون بتقديم صورة طيبة وإتقان للعمل، وأنها تقوم باستخدام التكنولوجيا الحديثة في التواصل مع جمهورها وهذا يدل على مواكبة العلاقات العامة للأساليب الاتصالية الحديث، إلا أنها

لا تقوم بشكل فعّال في نقل وجهة نظر الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف للإدارة العليا مما يدل على ضعف الاتصال بين الجمهور الداخلي والإدارة العليا .

المحور الثالث: الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف بمديرية الأمن العام

(أ) يستعين ممارسو العلاقات العامة بمديرية الأمن العام في توصيل بعض الرسائل والمعلومات لكم، بأي من الوسائل التالية:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات مجال الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف بمديرية الأمن العام، جدول (8) يوضح ذلك.

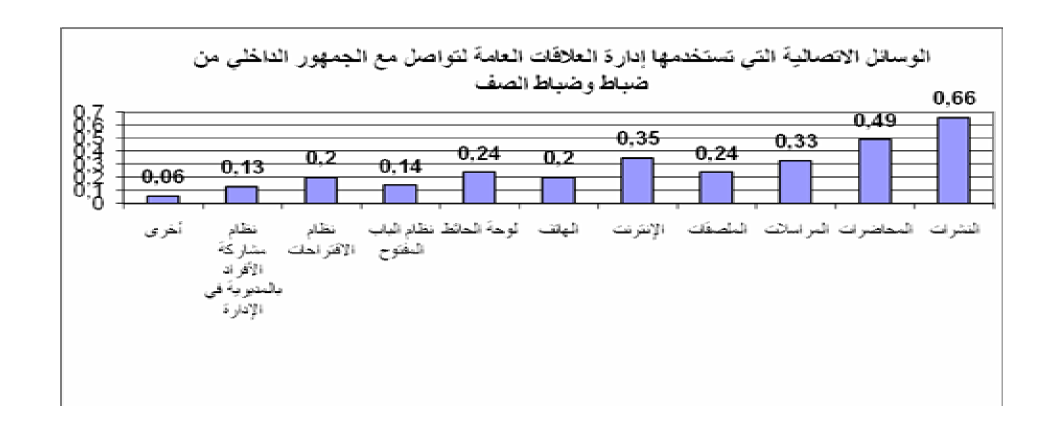
جدول (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات التي تقيس مستوى الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف بمديرية الأمن العام

الرقم	الوسائل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
1	النشرات	0.66	0.47	1
2	المحاضرات	0.49	0.50	2
3	المراسلات	0.33	0.75	4
4	الملصقات	0.24	0.43	5
5	الإنترنت	0.35	0.48	3
6	الهاتف	0.20	0.40	7
7	لوحة الحائط	0.24	0.43	5
8	نظام الباب المفتوح	0.14	0.35	9
9	نظام الاقتراحات	0.20	0.43	7
10	نظام مشاركة الأفراد بالمديرية في الإدارة	0.13	0.33	10
11	أخرى	0.06	0.23	11
	المتوسط العام	**0.28**	**0.20**	

يظهر من الجدول (8) أن المتوسطات الحسابية للفقرات التي تقيس مستوى الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف بمديرية الأمن العام تراوحت بين (0.66-0.06)، وكان أبرزها لوسيلة " النشرات"، ثم جاءت وسيلة " المحاضرات"، بمتوسط حسابي (0.49)، وتلاها "الانترنت" بمتوسط حسابي (0.35)، وتأتي بعدها " المراسلات " بمتوسط حسابي (0.33)، وبعدها " الملصقات " و" لوحة الحائط " بمتوسط حسابي (0.24)وتليها" الهاتف ونظام الاقتراحات " بمتوسط حسابي (0.20)، وبعدها" نظام الباب المفتوح " بمتوسط حسابي (0.14) وجاءت بعدها " نظام مشاركة الأفراد بالمديرية في الإدارة " بمتوسط حسابي (0.13) ، وأخيرا جاءت أقل المتوسطات الحسابية للوسيلة "أخرى " بمتوسط حسابي بلغ (0.06). ويمكن تفسير ذلك أن العلاقات العامة ما زالت تستخدم وسيلة النشرات على الرغم من التقدم التكنولوجي، وهي من الوسائل المقروءة، ويلاحظ أيضا أن هنالك تبايناً في استخدام الوسائل السمعية والمقروءة والمكتوبة، وهي أنها مواكبة للتقدم التكنولوجي إذ احتل الانترنت المرتبة الثالثة، وان هنالك ضعفاً في استخدامها للوسائل المباشرة مثل نظام الباب المفتوح ومشاركة الأفراد بالمديرية في الإدارة.

والشكل رقم (10) يوضح الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف بمديرية الأمن العام



(ب) تـرى أن جهـاز العلاقـات العامـة داخـل مـديريتكم يقـوم بتنظـيم المـؤتمرات والفعاليـات والندوات بشكل مقبول

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمعرفة إجابات عينة الدراسة لمتغير هل ترى أن جهاز العلاقات العامة داخل مديريتكم يقوم بتنظيم المؤتمرات والفعاليات والندوات بشكل مقبول؟

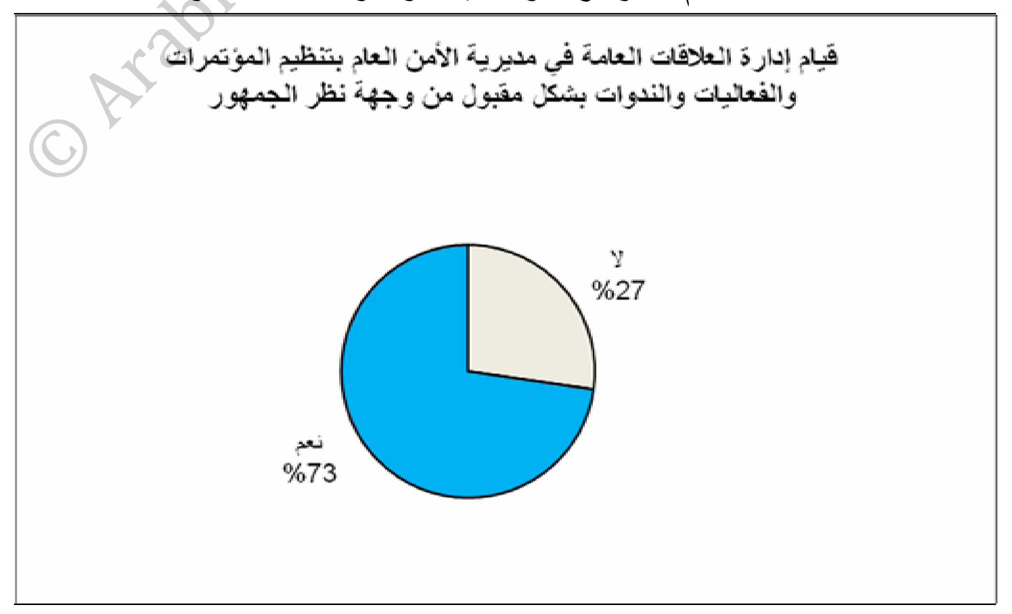
جدول رقم (9)

هل ترى أن جهاز العلاقات العامة داخل مديريتكم يقوم بتنظيم المؤتمرات والفعاليات والندوات بشكل مقبول

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
نعم	192	71.0
لا	72	26.0

- يظهر من الجدول (9) أن أبرز تكرار لمتغير هل ترى أن جهاز العلاقات العامة داخل مديريتكم يقوم بتنظيم المؤتمرات والفعاليات والندوات بشكل مقبول؟ للإجابة (نعم) بلغ (192) بنسبة مئوية (71.0)، وجاءت بعدها الإجابة (لا) بتكرار بلغ (72) ونسبة مئوية (26.0).

الشكل رقم (11) يوضح وجهة نظر الجمهور لقيام جهاز العلاقات العامة في مديرية الأمن العام بالمؤتمرات والفعاليات والندوات بشكل مقبول



(ج) أسباب قيام إدارة العلاقات العامة بالمديرية بتنظيم المؤتمرات والندوات بشكل مقبول من وجهة نظر المبحوثين

جدول رقم (10)

أسباب قيام إدارة العلاقات العامة بالمديرية بتنظيم المؤتمرات والندوات بشكل مقبول

الأسباب	العدد	النسبة المئوية
يوجد لديها إدارة متخصصة للمراسم والبروتوكول	116	43.0
لديها عنصر بشري مؤهل للاستقبال، وقدرات اتصالية ومجتمعية	146	54.0
تدور هذه المؤتمرات والفعاليات والندوات حول الأحداث والقضايا الجارية بالمديرية	124	45.0
أخرى	3	1.0

* (يمكن اختيار أكثر من بديل).

- وبالنسبة لأسباب قيام إدارة العلاقات العامة بالمديرية بتنظيم المؤتمرات والندوات يظهر من الجدول (10) أن أبرز الأسباب لقيام العلاقات العامة بتنظيم المؤتمرات والندوات بالمديرية بشكل مقبول، أن (لديها عنصر بشري مؤهل للاستقبال، وقدرات اتصالية ومجتمعية) وحصلت على أعلى نسبة مئوية (54.0)، وجاءت بعدها الإجابة (تدور هذه المؤتمرات والفعاليات والندوات حول الأحداث والقضايا الجارية بالمديرية) بنسبة مئوية (45.0). وفي المرتبة الأخيرة انه(يوجد لديها إدارة للمراسم والبروتوكول متخصصة) بنسبة مئوية (43.0) . وتعزى إلى أن العلاقات العامة تركز على تحسين صورة المديرية في الوسائل الإعلامية ، وأنها تهتم بالوظيفة الاتصالية.

(د) أسباب ضعف إدارة العلاقات العامة بالمديرية في تنظيم المؤتمرات والندوات من وجهة نظر المبحوثين :

جدول رقم (11)

أسباب ضعف إدارة العلاقات العامة بالمديرية في تنظيم المؤتمرات والندوات

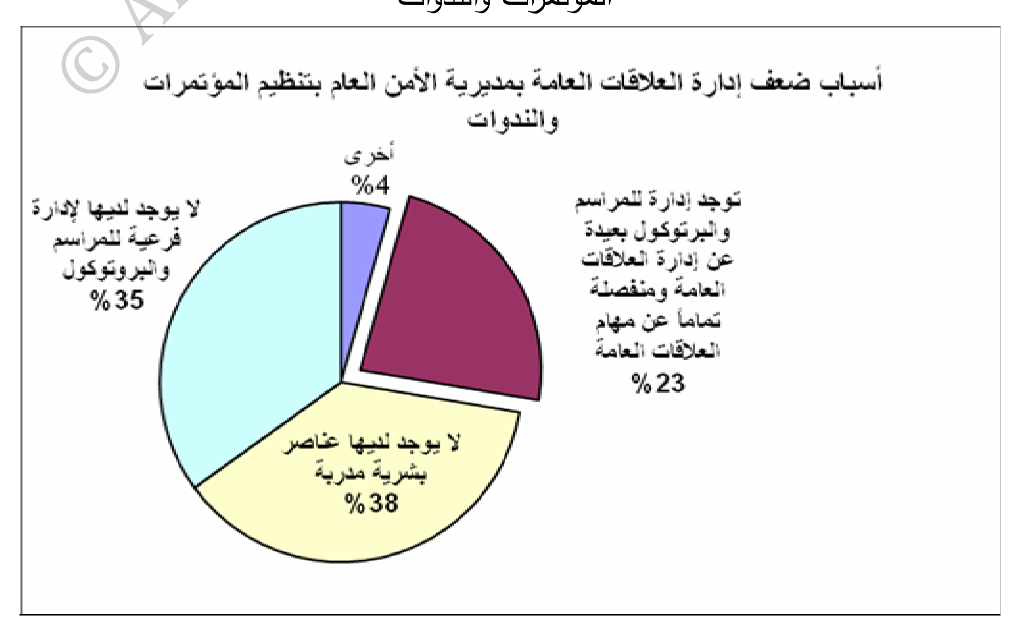
الأسباب	العدد	النسبة المئوية
لا يوجد لديها لإدارة فرعية للمراسم والبروتوكول	72	26.0
لا يوجد لديها عناصر بشرية مدربة	77	28.0
توجد إدارة للمراسم والبرتوكول بعيدة عن إدارة العلاقات العامة ومنفصلة تماماً عن مهام العلاقات العامة	48	17.0
أخرى	9	3.0

* (يمكن اختيار أكثر من بديل)

- يظهر من الجدول (11) أن أبرز تكرار لأسباب ضعف المؤتمرات والندوات التي تقوم إدارة العلاقات العامة في المديرية بتنظيمها، الإجابة (لا يوجد لديها عناصر بشرية مدربة) بلغ (77) بنسبة مئوية (28.0)، وجاءت بعدها الإجابة (لا يوجد لديها إدارة فرعية للمراسم والبروتوكول) بتكرار بلغ (72) ونسبة مئوية (26.0).

ويمكن تفسير ذلك إلى ضعف الخبرات ونقص الكفاءات البشرية داخل الإدارة بالمديرية.

الشكل رقم (12) يوضح أسباب ضعف العلاقات العامة بمديرية الأمن العام بتنظيم المؤتمرات والندوات



(هـ) ما درجة استخدام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام للوسائل الاتصالية وتكنولوجيا الاتصال في التعامل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط صف ؟

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات مجال استخدام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام الوسائل الاتصالية وتكنولوجيا الاتصال في التعامل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط صف، جدول (12) يوضح ذلك.

جدول (12)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات التي تقيس مستوى درجة استخدام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام للوسائل الاتصالية وتكنولوجيا الاتصال في التعامل مع الجمهور الداخلي

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	تقوم إدارة العلاقات العامة بعقد ندوات وفعاليات للجمهور الداخلي من ضباط وضباط صف للتعريف بالقضايا والأحداث الجارية للمديرية، ورفع كفاءتهم في العمل.	3.17	1.23	6	متوسطة
2	تصدر إدارة العلاقات العامة مطبوعات دورية داخلية للتعريف بالقضايا والأحداث وتوصيلها للجمهور داخل المديرية.	3.45	1.10	3	متوسطة
3	يوجد موقع الكتروني للمديرية يشرف عليه قطاع العلاقات العامة بها.	3.95	1.51	1	مرتفعة
4	يتم الاستعانة بالبريد الالكتروني في التعامل مع الجمهور داخل المديرية وإبلاغه بالمعلومات والبيانات والأحداث.	3.39	1.25	4	متوسطة
5	تصدر إدارة العلاقات العامة كتاب أو دليل سنوي يشرح كل نشاطات المديرية وأهدافها وفعالياتها على مدار العام.	3.73	1.10	2	مرتفعة
6	يستخدم ممارسي العلاقات العامة الفاكس في توصيل المعلومات والقرارات للجمهور الداخلي من ضباط وضباط صف.	3.26	1.15	5	متوسطة
7	يهتم ممارسي العلاقات العامة بالمديرية بعمل صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف من خلال التعليقات.	3.07	1.35	8	متوسطة
8	تتبع نظام الاقتراحات أي قبول اقتراحات الضباط وضباط الصف بشأن سياسات العمل بالمديرية وغيرها.	3.06	1.25	10	متوسطة
9	تتبع نظام مشاركة الضباط وضباط الصف في الإدارة من خلال معرفة رغباتهم ووجهات نظرهم ومشاركتهم لإدارة المديرية في وضع السياسات والقرارات المختلفة.	3.09	1.19	7	متوسطة
10	تتبع نظام الباب المفتوح والذي يتيح الفرصة لضباط وضباط الصف لمقابلة المسؤولين والإدلاء بآرائهم.	3.07	1.28	8	متوسطة
	المتوسط العام	**3.32**	**0.84**		**متوسطة**

يظهر من الجدول (12) أن المتوسطات الحسابية للفقرات التي تقيس مستوى درجة استخدام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام للوسائل الاتصالية وتكنولوجيا الاتصال في التعامل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط صف تراوحت بين (3.95-3.06)، وكان أبرزها للفقرة رقم (3) التي تنص على: " يوجد موقع الكتروني للمديرية يشرف عليه قطاع العلاقات العامة بها." وبدرجة مرتفعة، ثم جاءت الفقرة رقم (5) بمتوسط حسابي (3.73) وبدرجة مرتفعة والتي تنص على: " تصدر إدارة العلاقات العامة كتاب أو دليل سنوي يشرح كل نشاطات المديرية وأهدافها وفعالياتها على مدار العام."، وجاءت الفقرة رقم (2) بمتوسط حسابي (3.45) بدرجة متوسطة والتي تنص على: " تصدر إدارة العلاقات العامة مطبوعات دورية داخلية للتعريف بالقضايا والأحداث وتوصيلها للجمهور داخل المديرية." وتليها الفقرة رقم (4) بمتوسط حسابي (3.39) بدرجة متوسطة والتي تنص على: "يتم الاستعانة بالبريد الالكتروني في التعامل مع الجمهور داخل المديرية وإبلاغه بالمعلومات والبيانات والأحداث"

وتليها الفقرة رقم (6) بمتوسط حسابي(3.26) بدرجة متوسطة والتي تنص على: "يستخدم ممارسو العلاقات العامة الفاكس في توصيل المعلومات والقرارات للجمهور الداخلي من ضباط وضباط صف " وبعدها الفقرة رقم (1) بمتوسط حسابي (3.16) بدرجة متوسطة والتي تنص على:"تقوم إدارة العلاقات العامة بعقد ندوات وفعاليات للجمهور الداخلي من ضباط وضباط صف للتعريف بالقضايا والأحداث الجارية للمديرية، ورفع كفاءتهم في العمل".

وتليها الفقرتان رقم (9) بمتوسط حسابي (3.09) بدرجة متوسطة والتي تنص على : "تتبع نظام مشاركة الضباط وضباط الصف في الإدارة من خلال معرفة رغباتهم ووجهات نظرهم ومشاركتهم لإدارة المديرية في وضع السياسات والقرارات المختلفة "، وتليها الفقرتين رقم (10) و(7) بمتوسط حسابي (3.07) وبدرجة متوسطة وتنصان على: "تتبع نظام الباب المفتوح والذي يتيح

الفرصة لضباط وضباط الصف لمقابلة المسؤولين والإدلاء بآرائهم " و" يهتم ممارسو العلاقات العامة بالمديرية بعمل صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف من خلال التعليقات ".

وأخيرا جاء أقل المتوسطات الحسابية للفقرة رقم (8) التي تنص على تتبع نظام الاقتراحات أي قبول اقتراحات الضباط وضباط الصف بشأن سياسات العمل بالمديرية وغيرها. " بمتوسط حسابي بلغ (3.06) بدرجة متوسطة.

ويمكن توضيح ذلك أن إدارة العلاقات العامة تواكب الوسائل الاتصال الحديثة حيث يوجد موقع الكتروني للمديرية يشرف عليه قطاع العلاقات العامة بها." وبدرجة مرتفعة وأن هنالك ضعفاً في معرفة آراء ورغبات الجمهور الداخلي ويستدل على هذا من الفقرة التي حصلت على اقل المتوسطات والتي تنص على : " تتبع نظام الاقتراحات أي قبول اقتراحات الضباط وضباط الصف بشأن سياسات العمل بالمديرية وغيرها. "

كما بلغ المتوسط العام للفقرات التي تقيس مستوى درجة استخدام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام للوسائل الاتصالية وتكنولوجيا الاتصال في التعامل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط صف (3.32) وبدرجة متوسطة.

المحور الرابع: اتجاهات الجمهور الداخلي نحو طبيعة أداء وفعاليات إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام

(أ) الأدوار والوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام والمتعلقة بطبيعة أدائها:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات مجال اتجاهات الجمهور الداخلي نحو طبيعة أداء وفعاليات إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام، والجدول (13) يوضح ذلك.

جدول (13)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات التي تقيس مستوى اتجاهات الجمهور الداخلي نحو طبيعة أداء وفعاليات إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	تنوع إدارة العلاقات العامة في طرق ووسائل توصيل المعلومات للجمهور داخل المديرية من ضباط وضباط الصف.	3.90	0.92	1	مرتفعة
2	تواكب إدارة العلاقات العامة استخدام أساليب تكنولوجية حديثة في الاتصال مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف.	3.80	0.93	2	مرتفعة
3	تجري بحوث موجهة للعاملين داخل جهاز الأمن العام، محاولة من خلال قياس ردود أفعالهم، وتقديم حلول لمشاكلهم وقضاياهم.	3.59	1.09	9	متوسطة
4	تعمل على تلقي الشكاوي التي ترد من الضباط وضباط الصف وتحويلها إلى جهات الاختصاص لدراستها والرد عليها.	3.52	1.09	10	متوسطة
5	رفع الروح المعنوية لموظفي المديرية من ضباط وضباط الصف.	3.71	1.06	4	مرتفعة
6	الاهتمام بشؤون الموظفين داخل المديرية وتهيئة الظروف المناسبة للعمل لهم، والعمل على إشاعة العلاقات الإنسانية وتقوية أواصر الود التعاون.	3.60	1.09	8	متوسطة
7	تعمل على رفع كفاءة الجمهور الداخلي من الضباط وضباط الصف من خلال دعوة الخبراء والمختصين لإلقاء المحاضرات.	3.69	1.09	6	مرتفعة
8	تشارك في المناسبات الاجتماعية الخاصة للجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف.	3.78	1.08	3	مرتفعة
9	تعمل على تهيئة جو صالح بين المديرية وجماهيرها الداخلية من الضباط وضباط الصف.	3.71	1.02	4	مرتفعة
10	رفع مستوى العاملين إدارياً وتوجيههم إلى كل ما من شأنه أن يؤدي إلى حسن قيامهم بواجباتهم وتقديم أفضل الخدمات للموظفين.	3.63	1.06	7	متوسطة
11	الاهتمام بالرعاية الاجتماعية لرجال قوى الأمن الداخلي ومراعاة العوامل النفسية والمعنوية.	2.34	1.08	11	متوسطة
12	تحرص على توعية موظفي المديرية من الضباط وضباط الصف وإفهامهم بدورهم في المنظمة وأثره في تحقيق الأهداف العامة للإدارة بالمديرية.	2.33	1.03	12	منخفضة
	المتوسط العام	**3.47**	**0.51**		**متوسطة**

يظهر من الجدول (13) أن المتوسطات الحسابية للفقرات التي تقيس مستوى اتجاهات الجمهور الداخلي نحو طبيعة أداء وفعاليات إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام تراوحت بين (3.90–2.33)، وكان أبرزها للفقرة رقم (1) التي تنص على: " تنوع إدارة العلاقات العامة في طرق ووسائل توصيل المعلومات للجمهور داخل المديرية من ضباط وضباط الصف. "وبدرجة مرتفعة.

ثم جاءت الفقرة رقم (2) بمتوسط حسابي (3.80) وبدرجة مرتفعة والتي تنص على: " تواكب إدارة العلاقات العامة استخدام أساليب تكنولوجية حديثة في الاتصال مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف"، ثم جاءت الفقرة رقم (8) بمتوسط حسابي (3.78) بدرجة مرتفعة والتي تنص على: " تشارك في المناسبات الاجتماعية الخاصة للجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف" وجاءت بعدها الفقرتين رقم (5) و(9) بمتوسط حسابي(3.71)، بدرجة مرتفعة والتي تنص على: "تعمل على تهيئة جو صالح بين المديرية وجماهيرها الداخلية من الضباط وضباط الصف"، "رفع الروح المعنوية لموظفي المديرية من ضباط وضباط الصف".

وتليها الفقرة رقم (7) بمتوسط حسابي(3.69) بدرجة مرتفعة والتي تنص على: "تعمل على رفع كفاءة الجمهور الداخلي من الضباط وضباط الصف من خلال دعوة الخبراء والمختصين لإلقاء المحاضرات" وبعدها الفقرة رقم (10) بمتوسط حسابي (3.63) وبدرجة متوسطة والتي تنص على: "رفع مستوى العاملين إدارياً وتوجيههم إلى كل ما من شأنه أن يؤدي إلى حسن قيامهم بواجباتهم وتقديم أفضل الخدمات للموظفين"، ثم الفقرة رقم (6) بمتوسط حسابي (3.60) وبدرجة متوسطة والتي تنص على: "الاهتمام بشؤون الموظفين داخل المديرية وتهيئة الظروف المناسبة للعمل لهم، والعمل على إشاعة العلاقات الإنسانية وتقوية أواصر الود التعاون"، ثم الفقرة رقم (3)

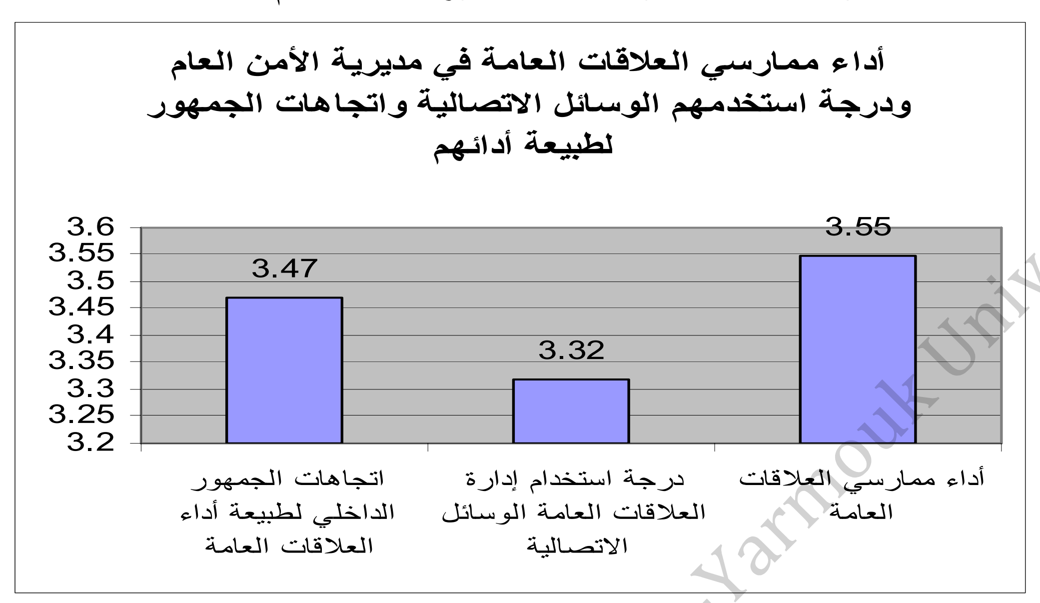
بمتوسط حسابي (3.59) بدرجة متوسطة والتي تنص على: "تجري بحوث موجهة للعاملين داخل جهاز الأمن العام، محاولة من خلال قياس ردود أفعالهم، وتقديم حلول لمشاكلهم وقضاياهم ".

وبعدها الفقرة رقم (4) بمتوسط حسابي (3.52) وبدرجة متوسطة والتي تنص على:"تعمل على تلقي الشكاوي التي ترد من الضباط وضباط الصف وتحويلها إلى جهات الاختصاص لدراستها والرد عليها. وتليها الفقرة رقم (11) بمتوسط حسابي (2.34) والتي تنص على: " الاهتمام بالرعاية الاجتماعية لرجال قوى الأمن الداخلي ومراعاة العوامل النفسية والمعنوية " وأقل المتوسطات الحسابية للفقرة رقم (12) التي تنص على: " تحرص على توعية موظفي المديرية من الضباط وضباط الصف وإفهامهم بدورهم في المنظمة وأثره في تحقيق الأهداف العامة للإدارة بالمديرية " بمتوسط حسابي بلغ (2.33) بدرجة منخفضة.

ويمكننا تفسير نتائج الجدول رقم (13) إلى أن أداء وفعاليات إدارة العلاقات العامة نحو الجمهور مقبولة إذ تقوم باستخدام الأساليب الاتصالية المختلفة ومواكبتها للتقدم التكنولوجي وقيامها بالمحاضرات التي تؤدي إلى رفع أداء الجمهور الداخلي، ومشاركتها لجمهورها الداخلي في مناسبتهم الخاصة، إلا أنها لا تحرص على توعية موظفي المديرية من الضباط وضباط الصف وإفهامهم بدورهم في المنظمة وأثره في تحقيق الأهداف العامة للإدارة بالمديرية، ويعزى ذلك إلى ضعف قيامها بالاتصال المباشر مع جمهورها، وإشراكه بالقرارات واستقبال الاقتراحات منهم، وضعفها في الوصول إلى كافة مرتبات الأمن العام.

كما بلغ المتوسط العام للفقرات التي تقيس مستوى اتجاهات الجمهور الداخلي نحو طبيعة أداء وفعاليات إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام (3.47) وبدرجة متوسطة.

الشكل رقم (13) يوضح أداء ممارسي العلاقات العامة في مديرية الأمن العام ودرجة استخدامهم الوسائل الاتصالية واتجاهات الجمهور لطبيعة أدائهم



(ب) المشاكل والصعوبات التي تحد من أداء وفعاليات إدارة العلاقات العامة داخل مديرية الأمن:

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة عن السؤال المفتوح، وذلك لمعرفة المشاكل والصعوبات التي تحد من أداء وفعاليات إدارة العلاقات العامة داخل مديرية الأمن.

جدول رقم (14)

المشاكل والصعوبات التي تحد من أداء وفعاليات إدارة العلاقات العامة داخل مديرية الأمن من وجهة نظر المبحوثين

الرقم	المشاكل والصعوبات	العدد	النسبة المئوية*
1	الموارد المادية	12	4.4
2	الخبرة القليلة	10	3.7
3	تتقد الإدارة البنية التحتية الإلكترونية ولأنها تقلل الاتصال عن طريق استخدام الحاسوب وتكون غير فعالة	13	4.8
4	عمل النشرات أو المطبوعات أو الأخبار للعاملين	7	2.6
5	لا يوجد تواصل مباشر مع أفراد وضباط الأمن العام.	21	7.8
6	عدم التبليغ عن أي نشاطات أو مؤتمرات تم عقدها.	13	4.8
7	المحسوبية والواسطة	14	5.2
8	آراء المرتب وتوجهاته لا تنقل للقيادات العليا	17	6.3
9	ضعف النوعية	24	8.9
10	ضعف الموارد البشرية	26	9.6

الرقم	المشاكل والصعوبات	العدد	النسبة المئوية*
11	الحاجة للتدريب	18	6.7
12	الروتين	14	5.2
13	عدم تجديد العاملين	14	5.2
14	عدم تأثر الجمهور بالرسالة	9	3.3
15	تداخل العمل والوصف الوظيفي مع إدارات أخرى	7	2.6
16	تشابك المهام مع إدارات أخرى	7	2.6
17	عدم وجود برامج محددة مسبقاً لعمل العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي	10	3.7
18	اقتصار عمل العلاقات العامة على الجمهور الخارجي	3	1.1
19	عدم وجود نظام داخلي لعمل العلاقات العامة	2	0.7
20	عدم تتبع نظام الباب المفتوح	8	3.0
21	عدم وجود الآليات والمعدات الحديثة	5	1.9
22	حساسية بعض القضايا وعدم نشرها وتسلسل المرجع (المركزية)	7	2.6
23	المرتب للعامل في العلاقات غير مؤهل لأداء المهام عل أكمل وجه	4	1.5
24	عدم وضوح مفهوم العلاقات العامة	3	1.1
25	العمل غير المؤسسي	2	0.7
	المجموع	**270**	**100.0**

* (النسبة المئوية من مجموع أفراد العينة– 270) (يسمح باختيار أكثر من بديل)

يظهر من الجدول (14) أن أبرز تكرار للمشاكل والصعوبات التي تحد من أداء وفعاليات إدارة العلاقات العامة داخل مديرية الأمن، للإجابة (ضعف الموارد البشرية) وبلغ (26) بنسبة مئوية (9.6)، وجاءت بعدها الإجابة (ضعف النوعية) بتكرار بلغ (24) ونسبة مئوية (8.9)، ثم جاءت مشكلة (عدم وجود تواصل مباشر مع أفراد وضباط الأمن العام.) بتكرار بلغ (21) وبنسبة مئوية (7.8).

أما أقل التكرارات والنسب المئوية كانت للمشكلات المتعلقة بالعمل غير المؤسسي، وعدم وجود نظام داخلي لعمل العلاقات العامة بتكرار (2) ونسبة مئوية (0.7) لكل منها، ثم عدم وضوح مفهوم العلاقات العامة بتكرار (3) ونسبة مئوية (1.1).

ويمكن تفسير ضعف الموارد البشرية إلى محدودية الإمكانيات المادية التي تحد من قدرة الإدارة على التدريب ، وإلى قلة الدورات التدريبية التي تقوم بها الإدارة لرفع مستوى عامليها ، وإلى أن عمل العلاقات العامة ما زال غير مفهوم في أذهان العاملين وقد يعود هذا إلى عدم وصول العلاقات العامة إلى كافة العاملين في الأمن العام .

(ج) تفعيل أداء إدارة العلاقات العامة في مديرية الأمن العام، لتقوم بأداء وظائفها وأدوارها بالشكل الأمثل

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمعرفة أداء إدارة العلاقات العامة في مديرية الأمن العام.

جدول رقم (15)

أداء إدارة العلاقات العامة في مديرية الأمن العام من وجهة نظر المبحوثين

الرقم	جوانب الأداء	العدد	النسبة المئوية*
1	تدريب العاملين	31	11.5
2	استخدام التكنولوجيا بشكل أكبر والاهتمام بالإعلام الداخلي	39	14.4
3	عقد دورات للعاملين في مجال النوعية وفن التعامل مع الجمهور	8	3.0
4	استخدام الموقع الداخلي لمديرية الأمن العام كان له لإيجابية في نشر المعلومات	8	3.0
5	الحيادية في العمل ونبذ الواسطة	14	5.2
6	التفاعل مع المرتب بشكل مباشر والاهتمام بمشاكلهم	12	4.4
7	تعميم الفعاليات والنشاطات وعدم اختصارها على فئة معينة	15	5.6
8	التحصيل العلمي	23	8.5
9	تجديد الطاقات وإشراك آخرين	15	5.6
10	عمل الزيارات الميدانية للإدارات التي تقدم الخدمات للجمهور	8	3.0
11	تطوير مفهوم العلاقات العامة	5	1.9
12	تفعيل دور الأقسام التابعة لإدارة العلاقات العامة	3	1.1
13	إقامة الدورات والندوات الداخلية لتزويدنا بالمعلومات	4	1.5
14	تحديد واجبات العلاقات العامة ضمن نطاق محدد	5	1.9
15	الابتعاد عن الروتين في التعامل مع الجمهور الداخلي	4	1.5
16	تحديد برامج التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي	3	1.1

الرقم	جوانب الأداء	العدد	النسبة المئوية*
17	زيادة عدد موظفي العلاقات العامة وتوفير فروع داخلية أكثر وإنشاء فروع للعلاقات العامة في جميع المحافظات	5	1.9
18	عمل جولات ميدانية على وحدات الأمن العام	3	1.1
19	إتباع سياسة الباب المفتوح	3	1.1
20	عمل خطط وادوار منظمة ومتابعة الطلاق الحديثة ومتابعة التطورات في الدول المتقدمة	5	1.9
21	تعيين أشخاص من ذوي الاختصاص	17	6.3
22	العمل كفريق واحد بعيداً عن المصالح الشخصية	15	5.6
23	إعطاء الإدارة صلاحيات وموازنات	8	3.0
24	تفعيل دور الجمهور الداخلي وإشراكه في الأدوار وتوعية الجمهور الداخلي بأدوار الإدارة	3	1.1
25	عمل برنامج دوري لعقد الندوات لجميع الإدارات	1	4.
26	توفير الإمكانيات المادية	6	2.2
27	الحيادية	3	1.1
28	أن تكون رسالتها أكثر فعالية	4	1.5
	المجموع	**270**	**100.0**

* (النسبة المئوية من مجموع أفراد العينة– 270) (يسمح باختيار أكثر من بديل)

يظهر من الجدول (15) أن أبرز عامل لتفعيل أداء إدارة العلاقات العامة في مديرية الأمن العام، (استخدام التكنولوجيا بشكل أكبر والاهتمام بالإعلام الداخلي) بنسبة مئوية (14.4)، وجاءت بعدها الإجابة (تدريب العاملين) بنسبة مئوية (11.5) ، ويمكن تفسير ذلك إلى أهمية التركيز على استخدام التكنولوجيا في الاتصال مع الجمهور الداخلي ، وتطوير خبرات العاملين في العلاقات العامة والقيام بالدورات التدريبية لهم، ثم التحصيل العلمي بنسبة مئوية (8.5). وتلتها الإجابة تعيين أشخاص من ذوي الاختصاص بنسبة مئوية (6.3)، ويستنتج من هذه النتائج إلى ضعف أداء العاملين في إدارة العلاقات العامة والى قلة الخبرة والمهارة لديهم، ثم جاءت تعميم الفعاليات والنشاطات وعدم اختصارها على فئة معينة ، وتجديد الطاقات وإشراك آخرين ،و العمل كفريق واحد بعيداً عن المصالح الشخصية ، بنسبة مئوية (5.6) ، و جاءت الحيادية في العمل

ونبذ الواسطة بنسبة مئوية (5.2)، ثم التفاعل مع المرتب بشكل مباشر والاهتمام بمشاكلهم بنسبة مئوية (4.4)، ثم عمل برنامج دوري لعقد الندوات لجميع الإدارات بنسبة مئوية (4)، وتلتها عقد دورات للعاملين في مجال النوعية وفن التعامل مع الجمهور، استخدام الموقع الداخلي لمديرية الأمن العام كان له لإيجابية في نشر المعلومات، وعمل الزيارات الميدانية للإدارات التي تقدم الخدمات للجمهور نسبة مئوية (3.0)، وتوفير الإمكانيات المادية بنسبة مئوية (2.2)، ثم تطوير مفهوم العلاقات العامة، و تحديد واجبات العلاقات العامة ضمن نطاق محدد، وزيادة عدد موظفي العلاقات العامة وتوفير فروع داخلية أكثر وإنشاء فروع للعلاقات العامة في جميع المحافظات، وعمل خطط وادوار منظمة ومتابعة الطلاق الحديثة ومتابعة التطورات في الدول المتقدمة بنسبة مئوية (1.9)، وتوفير الإمكانيات المادية بنسبة مئوية (2.2)، وتأني إقامة الدورات والندوات الداخلية لتزويدنا بالمعلومات، الابتعاد عن الروتين في التعامل مع الجمهور الداخلي، وعمل خطط وادوار منظمة ومتابعة الطلاق الحديثة ومتابعة التطورات في الدول المتقدمة بنسبة مئوية (1.5) ، وجاءت تفعيل دور الأقسام التابعة لإدارة العلاقات العامة، وتحديد برامج التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي، عمل جولات ميدانية على وحدات الأمن العام، وإتباع سياسة الباب المفتوح، وتفعيل دور الجمهور الداخلي وإشراكه في الأدوار وتوعية الجمهور الداخلي بأدوار الإدارة، والحيادية في المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية (1.1) .

ثانياً : فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية المبحوثين لنوعية العاملين بإدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية، تعزى للمتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الرتبة).

للتحقق من صحة الفرضية الأولى تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الرتبة)، وتم تطبيق تحليل التباين الثلاثي (ANOVA) للأداة ككل للكشف عن الفروق في مستوى لقياس إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية، تبعاً للمتغيرات الشخصية وفيما يلي عرض النتائج:

جدول (16)

نتائج قيم (f) للكشف عن الفروق في نوعية العاملين بإدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية وفقاً لمتغير الجنس

المتغير	الفئة	العدد	المتوسطات الحسابية	انحرافات المعيارية	قيمة (t)	الدلالة الإحصائية
الجنس	ذكر	179	3.55	0.87	0.08-	0.93
	أنثى	91	3.56	0.71		

يظهر من الجدول (16) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مجال الدراسة (إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية) تبعاً لمتغيرات (الجنس)، حيث لم تصل قيمة (t) إلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.05).

جدول (17)

نتائج تحليل التباين (ANOVA) للكشف عن الفروق في نوعية العاملين بإدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية وفقاً لمتغيرات العمر، المستوى التعليمي، الرتبة (ضابط، وضباط الصف)

المتغير	الفئة	العدد	المتوسطات الحسابية	انحرافات المعيارية	قيمة (f)	الدلالة الإحصائية
العمر	أقل من 20 عاماً	6	3.33	0.89	0.284	0.83
	من 20 عاماً –أقل من 30 عاماً	105	3.54	0.81		
	من 30 عام– أقل من 40 عام	122	3.55	0.87		
	من 40 عاماً فأكثر	37	3.64	0.65		
المستوى التعليمي	ثانوية عامة	60	3.61	0.68	0.269	0.84
	دبلوم متوسط	45	3.55	0.82		
	بكالوريوس	156	3.52	0.87		
	دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه)	9	3.70	0.87		
الرتبة (ضابط)	ملازم ثاني	170	3.46	0.81	2.422	0.02
	ملازم أول	26	3.55	0.86		
	نقيب	30	4.00	0.89		
	رائد	21	3.56	0.73		
	مقدم	11	3.53	0.42		
	عقيد	8	4.01	0.56		
	عميد	4	3.50	0.98		
الرتبة (ضباط الصف و الأفراد)	شرطي	100	3.72	0.80	3.394	0.01
	عريف	15	3.81	0.58		
	رقيب	26	3.39	0.88		
	وكيل	62	3.57	0.74		
	وكيل أول	67	3.30	0.87		

- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مجال الدراسة (إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية) تبعاً لمتغيرات (العمر، المستوى التعليمي)، حيث لم تصل قيمة (f) إلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.05).

- ويظهر من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية على متغير الرتبة (ضابط)، في مجال الدراسة: إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية، لصالح الفئة (عقيد) بمتوسط حسابي(4.01)، حيث بلغت قيمة (f) (2.422)وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.02).
- ويظهر من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية على متغير الرتبة (الأفراد)، في مجال الدراسة: إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية، لصالح الفئة (عريف) بمتوسط حسابي(3.81)، حيث بلغت قيمة (f) (3.394) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

وللتعرف على مواقع الفروق تم تطبيق اختبار شيفيه (schefee) ولصالح رتبة (عقيد) حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.01).

جدول (18)

نتائج اختبار شيفيه(schefee) للكشف عن الفروق على متغير الرتبة (ضابط)

المتغير	الفئة	المتوسط الحسابي	ملازم ثاني	ملازم أول	نقيب	رائد	مقدم	عقيد	عميد
الرتبة (ضابط)	ملازم ثاني	3.46	–	−0.09	−0.54	−0.1	−0.07	*−0.55	−0.04
	ملازم أول	3.55		–	−0.45	−0.01	0.02	−0.46	0.05
	نقيب	4.00			–	0.44	0.47	−0.01	0.5
	رائد	3.56				–	0.03	0.45−	0.06
	مقدم	3.53					–	−0.48	0.03
	عقيد	4.01						–	0.51
	عميد	3.50							–

* الفروق دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يظهر من الجدول (18) ما يلي:

- وجود فروق في مجال إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية تبعاً لمتغير الرتبة (ضابط) حيث كانت الفروق بين ملازم ثاني وعقيد ولصالح عقيد بمتوسط حسابي (4.01) بينما بلغ المتوسط الحسابي لرتبة ملازم ثاني (3.46).

جدول (19)

نتائج اختبار شيفيه(schefee) للكشف عن الفروق على متغير الرتبة (ضباط الصف والأفراد)

المتغير	الفئة	المتوسط الحسابي	شرطي	عريف	رقيب	وكيل	وكيل أول
الرتبة (ضباط الصف والأفراد)	شرطي	3.72	–	−0.09	0.33	0.15	0.42*
	عريف	3.81		–	0.42	0.24	0.51
	رقيب	3.39			–	−0.18	0.09
	وكيل	3.57				–	0.27
	وكيل أول	3.30					–

* الفروق دالة عند مستوى (α ≤0.05)

يظهر من الجدول (19) ما يلي:

- وجود فروق في مجال إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية تبعاً لمتغير الرتبة (الأفراد) حيث كانت الفروق بين شرطي ووكيل أول ولصالح شرطي بمتوسط حسابي (3.72) بينما بلغ المتوسط الحسابي لرتبة وكيل أول (3.30).

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم المبحوثين لدرجة قيام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام بأدوارها الاتصالية واستخدامها الوسائل الاتصالية والتكنولوجية الحديثة في التواصل مع الجمهور الداخلي، تعزى للمتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الرتبة).

للتحقق من صحة الفرضية الثانية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس درجة قيام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام بأدوارها الاتصالية واستخدامها الوسائل

الاتصالية والتكنولوجية الحديثة في التواصل مع الجمهور الداخلي، تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الرتبة)، وتم تطبيق تحليل التباين الثلاثي (ANOVA) للأداة ككل للكشف عن الفروق في مستوى لقياس درجة قيام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام بأدوارها الاتصالية واستخدامها الوسائل الاتصالية والتكنولوجية الحديثة في التواصل مع الجمهور الداخلي، تبعاً للمتغيرات الشخصية وفيما يلي عرض النتائج:

جدول (20)

نتائج اختبار (t) للكشف عن الفروق في درجة قيام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام بأدوارها الاتصالية واستخدامها الوسائل الاتصالية والتكنولوجية الحديثة في التواصل مع الجمهور الداخلي، وفقاً لمتغير الجنس

الجنس	العدد	المتوسطات الحسابية	انحرافات المعيارية	قيمة (t)	الدلالة الإحصائية
ذكر	179	3.32	0.84	0.12−	0.89
أنثى	91	3.33	0.85		

يظهر من الجدول (20) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مجال الدراسة (درجة قيام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام بأدوارها الاتصالية واستخدامها الوسائل الاتصالية والتكنولوجية الحديثة في التواصل مع الجمهور الداخلي) تبعاً لمتغيرات (الجنس)، حيث لم تصل قيمة (t) إلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.05).

جدول (21)

نتائج تحليل التباين (ANOVA) للكشف عن الفروق في درجة قيام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام بأدوارها الاتصالية واستخدامها الوسائل الاتصالية والتكنولوجية الحديثة في التواصل مع الجمهور الداخلي، وفقاً لمتغيرات العمر، المستوى التعليمي، الرتبة (ضابط، وضباط الصف)

المتغير	الفئة	العدد	المتوسطات الحسابية	انحرافات المعيارية	قيمة (f)	الدلالة الإحصائية
العمر	**أقل من 20 عاماً**	6	3.30	0.47	0.170	0.91
	من 20 عاماً –أقل من 30 عاماً	105	3.29	0.83		
	من 30 عام– أقل من 40 عام	122	3.33	0.92		
	من 40 عاماً فأكثر	37	3.40	0.62		

الدلالة الإحصائية	قيمة (f)	انحرافات المعيارية	المتوسطات الحسابية	العدد	الفئة	المتغير
0.85	0.262	0.80	3.29	60	ثانوية عامة	المستوى التعليمي
		0.71	3.26	45	دبلوم متوسط	
		0.89	3.36	156	بكالوريوس	
		1.01	3.22	9	دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه)	
0.00	4.403	0.77	3.26	170	ملازم ثاني	الرتبة (ضابط)
		1.07	2.93	26	ملازم أول	
		1.02	3.96	30	نقيب	
		0.63	3.34	21	رائد	
		0.70	3.26	11	مقدم	
		0.51	3.63	8	عقيد	
		0.56	3.38	4	عميد	
0.12	1.820	0.95	3.44	100	شرطي	الرتبة (ضباط الصف و الأفراد)
		0.56	3.65	15	عريف	
		0.88	3.11	26	رقيب	
		0.72	3.28	62	وكيل	
		0.79	3.21	67	وكيل أول	

يظهر من الجدول (21) ما يلي:

- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مجال الدراسة (درجة قيام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام بأدوارها الاتصالية واستخدامها الوسائل الاتصالية والتكنولوجية الحديثة في التواصل مع الجمهور الداخلي) تبعاً لمتغيرات (العمر، المستوى التعليمي، الرتبة (ضباط الصف))، حيث لم تصل قيمة (f) إلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.05).

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية على متغير الرتبة (ضابط)، في مجال الدراسة: درجة قيام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام بأدوارها الاتصالية واستخدامها الوسائل الاتصالية والتكنولوجية الحديثة في التواصل مع الجمهور الداخلي، لصالح الفئة (نقيب) بمتوسط

حسابي(3.96)، حيث بلغت قيمة (f) (4.403) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.00).

وللتعرف على مواقع الفروق تم تطبيق اختبار شيفيه (schefee) ولصالح رتبة (نقيب) حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.96).

جدول (22)

نتائج اختبار شيفيه(schefee) للكشف عن الفروق على متغير الرتبة (ضابط)

المتغير	الفئة	المتوسط الحسابي	ملازم ثاني	ملازم أول	نقيب	رائد	مقدم	عقيد	عميد
الرتبة (ضابط)	ملازم ثاني	3.26	–	0.33	−0.7	−0.08	0.00	−0.37	−0.12
	ملازم أول	2.93		–	*−1.03	−0.41	0.67	−0.7	0.55
	نقيب	3.96			–	0.62	0.7	0.33	0.55
	رائد	3.34				–	0.08	−0.02	−0.04
	مقدم	3.26					–	−0.37	−0.12
	عقيد	3.63						–	0.25
	عميد	3.38							–

* الفروق دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يظهر من الجدول (22) ما يلي:

- وجود فروق في مجال درجة قيام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام بأدوارها الاتصالية واستخدامها الوسائل الاتصالية والتكنولوجية الحديثة في التواصل مع الجمهور الداخلي تبعاً لمتغير الرتبة (ضابط) حيث كانت الفروق بين ملازم أول ونقيب ولصالح نقيب بمتوسط حسابي (3.96) بينما بلغ المتوسط الحسابي لرتبة ملازم أول (2.93).

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو طبيعة الأدوار والوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة داخل مديرية الأمن العام، تعزى للمتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الرتبة).

للتحقق من صحة الفرضية الثالثة تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس مستوى اتجاهات المبحوثين نحو طبيعة الأدوار والوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة داخل مديرية الأمن العام، تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الرتبة)، وتم تطبيق تحليل التباين الثلاثي (ANOVA) للأداة ككل للكشف عن الفروق في مستوى لقياس مستوى اتجاهات المبحوثين نحو طبيعة الأدوار والوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة داخل مديرية الأمن العام، تبعاً للمتغيرات الشخصية وفيما يلي عرض النتائج:

جدول (23)

نتائج اختبار(t) للكشف عن الفروق في اتجاهات المبحوثين نحو طبيعة الأدوار والوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة داخل مديرية الأمن العام، وفقاً لمتغير الجنس

الجنس	العدد	المتوسطات الحسابية	انحرافات المعيارية	قيمة (t)	الدلالة الإحصائية
ذكر	179	3.47	0.53	0.09	0.92
أنثى	91	3.46	0.46		

يظهر من الجدول (23) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مجال الدراسة (إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية) تبعاً لمتغيرات (الجنس)، حيث لم تصل قيمة (t) إلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.05).

جدول (24)

نتائج تحليل التباين(ANOVA) للكشف عن الفروق في اتجاهات المبحوثين نحو طبيعة الأدوار والوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة داخل مديرية الأمن العام، وفقاً لمتغيرات العمر، المستوى التعليمي، الرتبة (ضابط، وضباط الصف)

المتغير	الفئة	العدد	المتوسطات الحسابية	انحرافات المعيارية	قيمة (f)	الدلالة الإحصائية
العمر	أقل من 20 عاماً	6	3.29	0.59	0.922	0.43
	من 20 عاماً – أقل من 30 عاماً	105	3.52	0.48		
	من 30 عام– أقل من 40 عام	122	3.42	0.54		
	من 40 عاماً فأكثر	37	3.50	0.46		
المستوى التعليمي	ثانوية عامة	60	3.50	0.48	1.597	0.19
	دبلوم متوسط	45	3.59	0.44		
	بكالوريوس	156	3.43	0.52		
	دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه)	9	3.29	0.74		
الرتبة (ضابط)	ملازم ثاني	170	3.48	0.49	0.687	0.66
	ملازم أول	26	3.37	0.61		
	نقيب	30	3.56	0.53		
	رائد	21	3.33	0.54		
	مقدم	11	3.38	0.57		
	عقيد	8	3.50	0.20		
	عميد	4	3.56	0.29		
الرتبة (ضباط الصف والأفراد)	شرطي	100	3.44	0.53	0.979	0.41
	عريف	15	3.70	0.44		
	رقيب	26	3.52	0.45		
	وكيل	62	3.46	0.48		
	وكيل أول	67	3.45	0.53		

يظهر من الجدول (24) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مجال الدراسة (إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية) تبعاً لمتغيرات (العمر، المستوى التعليمي، الرتبة (ضابط، ضباط الصف والأفراد))، حيث لم تصل قيمة (f) إلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.05).

المبحث الثالث: النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج العامة للدراسة

من خلال عرض نتائج التحليل الإحصائي والتحقق من فرضيات الدراسة، يمكن تلخيص النتائج على النحو التالي:

- يرى غالبية أفراد الجمهور الداخلى – محل الدراسة – وجود أهمية لإدارة العلاقات العامة المتخصصة داخل مديرية الأمن العام.
- جاء تقييم المبحوثين – محل الدراسة– متوسطاً لأداء ومهام ممارسي العلاقات العامة بمديرية الأمن العام.
- قيام العلاقات العامة بالمؤتمرات والفعاليات والندوات بمستوى مقبول .
- وجود درجة متوسطة في استخدام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام للوسائل الاتصالية وتكنولوجيا الاتصال في التعامل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف.
- ضعف في كفاءة العاملين في إدارة العلاقات العامة.
- قلة استخدام إدارة العلاقات العامة لوسائل الاتصال المباشرة للتواصل مع الجمهور الداخلي، واستخدامها وسائل الاتصال المطبوعة والمرئية.
- ندرة قيام إدارة العلاقات العامة بالبحوث لمعرفة آراء ورغبات الجمهور الداخلي.
- وجود مستوى متوسط في اتجاهات الجمهور الداخلي نحو طبيعة أداء وفعاليات إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام.

- النموذج المستخدم في ممارسة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام نموذج الإعلام العام من نماذج جرونج الأربعة .

- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مجال الدراسة (إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية) تبعاً لمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي)، حيث لم تصل قيمة (f) إلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.05).

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية على متغير الرتبة (ضابط)، في مجال الدراسة: إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية، لصالح الفئة (عقيد) بمتوسط حسابي(4.01)، حيث بلغت قيمة (f) (2.422) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.02).

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية على متغير الرتبة (ضباط الصف)، في مجال الدراسة: إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية، لصالح الفئة (عريف) بمتوسط حسابي(3.81)، حيث بلغت قيمة (f) (3.394)وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مجال الدراسة (درجة قيام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام بأدوارها الاتصالية واستخدامها الوسائل الاتصالية والتكنولوجية الحديثة في التواصل مع الجمهور الداخلي) تبعاً لمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الرتبة (ضباط الصف))، حيث لم تصل قيمة (f) إلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.05).

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية على متغير الرتبة (ضابط)، في مجال الدراسة: درجة قيام إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام بأدوارها الاتصالية واستخدامها الوسائل الاتصالية والتكنولوجية الحديثة في التواصل مع الجمهور الداخلي، لصالح الفئة (نقيب) بمتوسط حسابي(3.96)، حيث بلغت قيمة (f) (4.403) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.00).
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مجال الدراسة (إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ومدى أدائهم لأدوارهم الاتصالية) تبعاً لمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الرتبة (ضابط، ضباط الصف والأفراد))، حيث لم تصل قيمة (f) إلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.05).

ثانيا : توصيات الدراسة

- ضرورة عمل حلقات توعوية من قبل العلاقات العامة بالمديرية للأمن الداخلي سياسياً وثقافياً وربطهم بالأحداث الراهنة.
- ضرورة استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة في التواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف في أداء العمل.
- عمل نشرات ومحاضرات من قبل العلاقات العامة لتوصيل الرسائل والمعلومات.
- زيادة العناصر البشرية والمدربة لتنظيم المؤتمرات والندوات بشكل مقبول.
- إصدار كتاب ودليل سنوي يوضح به كل نشاطات المديرية وإلى ما تهدف وتعرض فيه وإلى فعالياتها خلال العام.

- ضرورة استخدام الاتصال المباشر للتواصل مع الجمهور الداخلي ومعرفة اقتراحاتهم وشكاويهم .
- ضرورة تصميم البحوث وإعدادها ووضع الخطط اللازمة وتقييم برامج العلاقات العامة وأنشطتها .
- ضرورة إجراء دراسات لمعرفة اتجاهات الجمهور الخارجي نحو أداء العلاقات العامة بمديرية الأمن، ودورها في تحسين صورة جهاز الأمن العام لدى الجمهور.
- ضرورة اعتماد النموذج المتناسق بالاتجاهين من نماذج جرونج، الذي يقوم على تحقيق التفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها، وتحقيق التأثير المتبادل والمتوازي بين الجمهور والمنظمة .

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

- ابراش، ابراهيم .(2009). المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية. دار الشروق للنشر والتوزيع، رام الله .
- احمد، عبد المحسن بدوي محمد، (2006)، العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، جامعة نايف العربية للعلوم الدولية.
- الباز، علي. (2002). **العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام مع دراسة تطبيقية للعلاقات العامة بأجهزة الشرطة.** الإسكندرية: مكتبة ومطبعة الإشعاع.
- بدوي، هناء. (2001). **العلاقات العامة والخدمات الاجتماعية (أسس نظرية – ومجالات تطبيقه).** المكتب الجامعي الحديث، ش دينوقراط- الأزاربطة- الإسكندرية.
- جرادات، عبد الناصر والشامي، لبنان. (2011). **مقدمة في العلاقات العامة**. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، المطبعة العربية.
- جودة، محفوظ. (1999). **العلاقات العامة:** مفاهيم وممارسات، القاهرة: دار زهران.
- حبيب، أحمد. (2009). **علم النفس الاجتماعي Social Psychology**. القاهرة: مؤسسة طيبة للطبع والنشر، ط1.
- الخطيب، سعادة راغب احمد. (2000). **مبادئ العلاقات العامة**.عمان : دار المسيرة.
- خميس، محمد. (1988). العلاقات الإنسانية والسلوك الاجتماعي. **المجلة العربية للإدارة**، المجلد الثاني، العدد الثالث، تموز.
- درة، عبد الباري والمجالي، نبيل. (2010). **العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: النظرية والممارسة منحى نظامي وإستراتيجي Public Relations In the Twenty**

First Century: The Theory and Practice System and Strategic Approaches. الجامعة الأردنية، دار وائل للنشر، ط1، عمان – الأردن.

- الدليمي، عبد الرزاق. (2004). **العلاقات العامة في التطبيق**. ط1، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبد الرزاق. (2011). **المدخل إلى العلاقات العامة**. دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، عمان– الأردن.
- سعدان، فؤاد. (2009). **أدوار ونماذج العلاقات العامة في الجمهورية اليمنية، دراسة مسحية على عينة من أجهزة العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص**. رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- السيد، عبد الحليم وفرج، طريف ومحمود، عبد المنعم. (2004). **علم النفس الاجتماعي المعاصر**. اتيراك للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2.
- السيد، فؤاد وعبد الرحمن، سعد. (2006). **علم النفس الاجتماعي: رؤية معاصرة**. دار الفكر العربي، القاهرة.
- الصرايرة، محمد. (2001). **العلاقات العامة الأسس والمبادئ**. قسم دائرة المطبوعات والنشر، دار المكتبات والوثائق الوطنية، مكتبة الرائد العلمية.
- عبد الباقي، سلوى. (2002). **الفصل الخامس، موضوعات في علم النفس الاجتماعي**.
- عبد الهادي، نبيل. (2011). **تشكيل السلوك الاجتماعي**. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن– عمان.
- العدوي، فهمي. (2011). **مفاهيم جديدة في ع. ع**. دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن – عمان، ط2011.

- عقل، عبد للطيف. (1988). **علم النفس الاجتماعي**. دار البيرق للطباعة والنشر، عمان- الأردن، نابلس، 1985م.
- **العلاقات العامة في الإدارة (المبادئ والأسس العلمية)**. المركز القومي للنشر، الأردن، 2000
- العناد، عبد الرحمن. (1996). **مفهوم التكيف وموقفية قرونيق والتخطيط بعيد المدى في العلاقات العامة – دراسة تحليلية لأبعاد التناقض والتكامل**. "ندوة التخطيط الاستراتيجي في العلاقات العامة"، جامعة العين، الإمارات العربية المتحدة، 17-18 ديسمبر 1996، ص 10.
- العنزي، عبد الرحمن.. **العلاقات العامة في المؤسسات الأمنية**.
- غوشة، زكي. (1984). **العلاقات العامة في الإدارة المعاصرة**. الجامعة الأردنية.
- فطيم، لطفي. (1995). **المدخل إلى علم النفس الاجتماعي**. الناشر مكتبة الانجلو المصرية، ط1.
- فهد، إبراهيم وكنجو، كنجو. (2010). **العلاقات العامة وإدارتها "مدخل وظيفي"**. الوراق للنشر والتوزيع: عمان.
- محفوظ، جودة. (1999). **العلاقات العامة: مفاهيم وممارسات**. القاهرة: دار زهران.
- مصطفى، طارق. (1982). **العلاقات العامة في قوى الأمن الداخلي**. بغداد.
- مقابلة شخصية مع رئيس شعبة التوجيه المعنوي في إدارة العلاقات العامة والاعلام الامني في مديرية الأمن العام الأردنية المقدم مهند سلطان الشريدة بتاريخ 28_5_2013.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Denis Mc Quail , and sven Windahl , Communication Model for the study of Mass Communications, (New York: Longman, 1993).
- Elira Turdubaeva: "Profile of Public Relations Practice in Kyrgyzstan: Public Relations Purpose, Mission and function ", Kyrgyzstan: Turkey Manas University, 2005. on line at: http://www.instituteforpr.org/files/Uplouds/pdf.
- Gabriel Ogunmokun:" Public Relations Practices and Organization Performance ", Iris Chin: International Marketing, Exporting and Trade, 2005. On line at:
- http://eprints.usq.edu.au/525/2005bai124/pdf.
- http://www.bordain.com/forums/index.php
- http://www.instituteforpr.org/Planning .pdf.
- Jim R. McNamara: "A review of The Use of Evaluation and Formative Research in Public Relations", CARMA International Asia Pacific, PR Metrics, 1993. On line at: http://www.carma.com/research.pdf.
- Sallot Lynne M. & others: "Developing standereds of performance in public relations ", Public Relations Review, Vol. 22, No. 2, spring 1996
- Shaw, M.E and Wright, J.M : Scales for the Measurement of Attitudes. New York, Mc Graw Hill, 1967.
- Thomas A.: "Schick Technician Ethics in Public Relations" , Public Relations Quarterly , Vol. 14 , No. 1 1996
- Walter K. LindenMann: "Public Relations Research for Planning and Evaluation", Virginia: Institute for Public Relations, 2006, Ph.D. On line at:

الملاحــق



جامعة اليرموك
كلية الإعلام
برنامج الدراسات العليا

استبانة بحث بعنوان

اتجاهات الجمهور الداخلي بمديرية الأمن العام الأردنية نحو وظيفة العلاقات العامة وسبل تطويرها

(دراسة ميدانية)

(متطلب من متطلبات الحصول على درجة الماجستير)

إعداد

الطالبة نسرين "محمد عيد" ذيب طاهات

إشراف

الدكتور عزام العنانزة

2013م

أخي الفاضل.... أختي الفاضلة......:

بعد التحية .....

أجري بحثا بعنوان **اتجاهات الجمهور الداخلي بمديرية الامن العام الاردنية نحو وظيفة العلاقات العامة وسبل تطويرها :(دراسة ميدانية)**، وذلك كمتطلب من متطلبات الحصول على درجة الماجستير، وقد وضعت من أجل ذلك مجموعة من التساؤلات، والمرجو منك التكرم بالإجابة على هذه الأسئلة ،علما بأن البيانات سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط..

لكم منا جزيل الشكر على حسن تعاونكم

الباحثة: نسرين "محمد عيد" طاهات

المحور الأول : (السمات الشخصية للمبحوث) :

س1: النوع :

- ذكر (   ) - أنثى (   ) .

س2: العمر:

-أقل من 20عاما (   ) - من20عاما –أقل من 30عاما (   )

- من عاما30–أقل من 40 عاما (   ) - من 40 عاما فأكثر (   ) .

س3: المستوى التعليمي:

- ثانوية عامة (   ) - دبلوم متوسط (   )

- بكالوريوس (   ) - دراسات عليا [ماجستير ودكتوراه] (   )

س4: الرتبة:

فئة ضابط: ☐		فئة ضباط الصف: ☐	
- ملازم ثاني	( )	- شرطي	( )
- ملازم أول	( )	- عريف	( )
- نقيب	( )	- رقيب	( )
- رائد	( )	- وكيل	( )
- مقدم	( )	- وكيل أول	( )
- عقيد	( )		
- عميد	( )		

المحور الثاني: (وجهة نظر الجمهور الداخلي في فعالية جهاز العلاقات العامة ومدى تمشيها مع أهداف مديرية الأمن العام):

س5: من وجهة نظرك، هل ترى أهمية لوجود إدارة علاقات عامة متخصصة داخل مديرية الأمن العام؟

-نعم ( ) ——— انتقل إلى س6   - لا ( ) ——— انتقل إلى س7.

س6 : ولماذا ترى أهمية لوجود إدارة علاقات عامة متخصصة داخل مديرية الأمن العام الأردنية؟

(يمكن اختيار أكثر من بديل)

- لأنها تزود العاملين والأفراد داخل المديرية بالمعلومات والإحصاءات ( ).
- لأنها تساعد الإدارة العليا في الخروج من الأزمات ( ) .
-لأنها تصدر مطبوعات إعلامية تحوي معلومات عن أنشطة المديرية ( )
- لأنها همزة الوصل بين الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف بالمديرية ، والخارجي ( )
- أخرى (تذكر) ....

س7 : عدم أهمية وجود إدارة علاقات عامة متخصصة للعلاقات العامة بمديرية الأمن العام، من وجهة نظركم يرجع إلى :

(يمكن اختيار أكثر من بديل)

- عدم الحاجة إلى وجود جهاز متخصص للقيام بمثل هذه المهام ( ).
- وظائف وأدوار العلاقات العامة من الممكن أن يقوم بها شخص ( ).
- مفهوم العلاقات العامة غامض وغير معروف المهام والأدوار في الأوساط الأمنية ( ).
- أخرى (تذكر) ....

س8 : اقرأ العبارات الآتية ، ثم ضع علامة (√) أمام العبارة التي ترى انها تتمشى مع وظيفة العلاقات العامة بمديريتكم الموقرة :   (يمكن اختيار أكثر من بديل)

- تعد العلاقات العامة هي البوابة الرئيسية التي تستعين بها كل الأفراد والأقسام داخل مديرية الأمن العام.( )
- يوكل لإدارة العلاقات العامة بالمديرية عدد من المهام والأدوار التي تتعلق بالاتصال المجتمعي على المستوى الداخلي والخارجي. ( )
- يقدم جهاز العلاقات العامة بالمديرية المعلومات والتقارير والإحصاءات التي تطلب من أقسام المديرية للضباط والأفراد. ( )
- تقوم إدارة العلاقات العامة بتحسين صورة المديرية في وسائل الإعلام. ( )
- تعقد إدارة العلاقات العامة بعض المؤتمرات والفعاليات حول الأحداث والقضايا المتعلقة بالمديرية. ( )
- تعد إدارة العلاقات العامة همزة الوصل بين الإدارة العليا بالمديرية و جماهيرها الداخلية من ضباط وضباط الصف. ( )
- تقوم إدارة العلاقات العامة بالمديرية بتوعية رجال الأمن الداخلي سياسياً وثقافياً وربطهم بالأحداث الراهنة على مختلف الأصعدة. ( )

س9 : من خلال تعاملك مع إدارة العلاقات العامة داخل المديرية والعاملين بها ، إليك بعض العبارات التي تعكس أداء ومهام ممارسي العلاقات العامة بالمديرية والمرجو منك تحديد درجة تأديته لها.

(ضع علامة √ أمام الخيار المناسب)

مدى الأداء / العبارات	تؤديها بدرجة كبيرة جدا	تؤديها بدرجة كبيرة	تؤديها بدرجة متوسطة	تؤديها بدرجة قليلة	تؤديها بدرجة قليلة جدا
- يهتم بكل ما يعرض عليه من الضباط والأفراد من استفسارات وبيانات أو معلومات يرغب الأفراد بمعرفتها .					
- لديه مهارة اتصالية وإقناعية في التعامل مع الأفراد والضباط.					
- له القدرة على اتخاذ القرار المناسب في معالجة بعض القضايا المتعلقة بالجمهور داخل المديرية .					
- علاقاته مبنية على الثقة والاحترام، واحترام الرأي والرأي الأخر في التعامل مع أفراد الضباط والموظفين داخل المديرية .					
- يبتعد عن الروتين والعمل الرسمي ويحاول إيجاد صورة طيبة بين الإدارة العليا بالمديرية والجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف.					
- حريص على إتقان عمله وتقديم صورة طيبة عن جهاز العلاقات العامة أمام الأقسام والأفراد داخل المديرية .					
-يعتمد ممارسي العلاقات العامة داخل المديرية على استخدام الوسائل الاتصالية الحديثة في التواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف وفي أداء عمله.					
-ينقل وجهة نظر الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف للإدارة العليا بالمديرية للوصول إلى حلول للمشكلات والأزمات .					
- يحتفظ بعلاقات متوازنة مع كل من الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف، والإدارة العليا بالمديرية.					

المحور الثالث : الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف بمديرية الأمن العام :

س10 : يستعين ممارسي العلاقات العامة بمديرية الأمن العام في توصيل بعض الرسائل والمعلومات لكم ، بأي من الوسائل التالية :

– النشرات (   )   – المحاضرات (   )   – المراسلات (   )

– الملصقات (   )   – الإنترنت (   )   – الهاتف (   )

– لوحة الحائط (   )   – نظام الباب المفتوح (   )   – نظام الاقتراحات (   )

– نظام مشاركة الأفراد بالمديرية في الإدارة (   )

– أخرى (تذكر) ....

س 11: هل ترى أن جهاز العلاقات العامة داخل مديريتكم يقوم بتنظيم المؤتمرات والفعاليات والندوات بشكل مقبول ؟

– **نعم** (   ) ←**انتقل إلى س12**

– **لا** (   ) ←**انتقل إلى س13**

س12: تقوم إدارة العلاقات العامة بالمديرية بتنظيم المؤتمرات والندوات بشكل مقبول لأنها:

(يمكن اختيار أكثر من بديل)

– يوجد لديها إدارة للمراسم والبروتوكول متخصصة. (   )

– لديها عنصر بشري مؤهل للاستقبال ، وقدرات اتصالية ومجتمعية. (   )

– تدور هذه المؤتمرات والفعاليات والندوات حول الأحداث و القضايا الجارية بالمديرية. (   )

– أخرى (تذكر) ....

س13: تقوم إدارة العلاقات العامة بالمديرية بتنظيم المؤتمرات والفعاليات والندوات بشكل ضعيف لأنها :

(يمكن اختيار أكثر من بديل)

–لا يوجد لديها إدارة فرعية للمراسم والبروتوكول (   )

– لا يوجد لديها عناصر بشرية مدربة (   )

– توجد إدارة للمراسم والبروتوكول بعيدة عن إدارة العلاقات العامة ومنفصلة تماما عن مهام العلاقات العامة ( )

أخرى (تذكر)..

س14 : اقرأ العبارات التالية، ثم حدد درجة استخدام إدارة العلاقات العامة بالمديرية للوسائل الاتصالية وتكنولوجيا الاتصال في التعامل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف.

ضع علامة √ أمام الخيار المناسب) .

درجة الاستخدام / العبارات	تقوم بها بدرجة كبيرة جدا	تقوم بها بدرجة كبيرة	تقوم بها بدرجة متوسطة	تقوم بها بدرجة قليلة	تقوم بها بدرجة قليلة جدا
– تقوم إدارة العلاقات العامة بعقد ندوات وفعاليات للجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف للتعريف بالقضايا والأحداث الجارية للمديرية ، ورفع كفاءتهم في العمل .					
– تصدر إدارة العلاقات العامة مطبوعات دورية داخلية للتعريف بالقضايا والأحداث وتوصيلها للجمهور داخل المديرية .					
– يوجد موقع الكتروني للمديرية يشرف عليه قطاع العلاقات العامة بها.					
– يتم الاستعانة بالبريد الالكتروني في التعامل مع الجمهور داخل المديرية ،وإبلاغه بالمعلومات والبيانات والأحداث.					
– تصدر ادارة العلاقات العامة كتاب أو دليل سنوي يشرح كل نشاطات المديرية وأهدافها وفعالياتها على مدار العام .					
–يستخدم ممارسي العلاقات العامة الفاكس في توصيل المعلومات والقرارات للجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف.					
– يهتم ممارسي العلاقات العامة بالمديرية بعمل صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف من خلال التعليقات.					
– تتبع نظام الاقتراحات أي قبول اقتراحات الضباط وضباط الصف بشأن سياسات العمل بالمديرية وغيرها.					
– تتبع نظام مشاركة الضباط وضباط الصف في الإدارة من خلال معرفة رغباتهم ووجهات نظرهم ومشاركتهم لإدارة المديرية في وضع السياسات والقرارات المختلفة.					
– تتبع نظام الباب المفتوح والذي يتيح الفرصة لضباط وضباط الصف لمقابلة المسؤولين والإدلاء بآرائهم .					

المحور الثالث : اتجاهات الجمهور الداخلي نحو طبيعة أداء وفعاليات إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام:

س15 : إليك بعض العبارات التي تعكس الأدوار والوظائف التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام والمتعلقة بطبيعة أدائها ، والمرجو منك تحديد درجة موافقتك أو معارضتك لها .

(ضع علامة √ أمام الخيار المناسب).

درجة الموافقة أو الرفض / الأدوار و الوظائف	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
-تنوع إدارة العلاقات العامة في طرق ووسائل توصيل المعلومات للجمهور داخل المديرية من ضباط وضباط الصف.					
- تواكب إدارة العلاقات العامة استخدام أساليب تكنولوجية حديثة في الاتصال مع الجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف.					
- تجري بحوث موجهة للعاملين داخل جهاز الأمن العام، محاولة من خلال قياس ردود أفعالهم ، وتقديم حلول لمشاكلهم وقضاياهم.					
-تعمل على تلقي الشكاوي التي ترد من الضباط وضباط الصف وتحويلها إلى جهات الاختصاص لدراستها والرد عليها.					
- رفع الروح المعنوية لموظفي المديرية من ضباط وضباط الصف.					
-الاهتمام بشؤون الموظفين داخل المديرية و تهيئة الظروف المناسبة للعمل لهم ، والعمل على إشاعة العلاقات الإنسانية وتقوية أواصر الود والتعاون.					
- تعمل على رفع كفاءة الجمهور الداخلي من الضباط وضباط الصف من خلال دعوة الخبراء والمختصين لإلقاء المحاضرات.					
تشارك في المناسبات الاجتماعية الخاصة للجمهور الداخلي من ضباط وضباط الصف.					
- تعمل على تهيئة جو صالح بين المديرية وجماهيرها الداخلية من الضباط وضباط الصف.					
- رفع مستوى العاملين إداريا وتوجيههم إلى كل ما من شأنه أن يؤدي الى حسن قيامهم بواجباتهم وتقديم أفضل الخدمات للموظفين					
- الاهتمام بالرعاية الاجتماعية لرجال قوى الأمن الداخلي ومراعاة العوامل النفسية والمعنوية.					
-تحرص على توعية موظفي المديرية من الضباط وضباط الصف وإفهامهم بدورهم في المنظمة وأثره في تحقيق الأهداف العامة للإدارة بالمديرية.					

المحور الرابع : وجهة نظر الجمهور الداخلي للمشاكل والصعوبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بمديرية الأمن العام ، وكيفية تفعيل أدائها :

س16: من وجهة نظرك ، ما المشاكل والصعوبات التي تحد من أداء وفعالية إدارة العلاقات العامة داخل مديرية الأمن؟

1..

2..

3..

4..

5..

س17 : ومن وجهة نظرك ، كيف يمكن تفعيل أداء إدارة العلاقات العامة في مديرية الأمن العام ، لتقوم بأداء وظائفها وأدوارها بالشكل الأمثل ؟

1..

2..

3..

4..

5..

إنتهت الأسئلة

شكرا لحسن تعاونكم